

Uzmanlık Tezleri Serisi No: 126

# REKABET KURUMU

**MOTORLU TAŞITLAR  
SEKTÖRÜNDEKİ DİKEY  
ANLAŞMALARIN  
DÜZENLENMESİNDE YENİ DÖNEM:  
AB UYGULAMALARI IŞIĞINDA  
TÜRKİYE İÇİN YOL HARİTASI**

**ZEYNEP ŞENGÖREN**

**MOTORLU TAŞITLAR  
SEKTÖRÜNDEKİ  
DİKEY ANLAŞMALARIN  
DÜZENLENMESİNDE YENİ DÖNEM:  
AB UYGULAMALARI IŞIĞINDA  
TÜRKİYE İÇİN YOL HARİTASI**

***ZEYNEP ŞENGÖREN***

ANKARA 2012

© Bu eserin tüm telif hakları  
Rekabet Kurumuna aittir. 2012

Baskı, Aralık 2012  
Rekabet Kurumu-Ankara

Bu kitapta öne sürülen fikirler eserin yazarına aittir;  
Rekabet Kurumunun görüşlerini yansıtmaz.

11/01/2012 tarihinde  
Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Ali İhsan ÇAĞLAYAN Başkanlığında,  
IV. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanı Orçun SENYÜCEL,  
Mesleki Koordinatör Dr. Ekrem KALKAN, Mesleki Koordinatör  
Ömür PAŞAOĞLU ve Yrd. Doç. Dr. Hamdi PINAR'dan oluşan  
Tez Değerlendirme Heyeti önünde savunulan bu tez, Heyetçe yeterli  
bulunmuş ve Rekabet Kurulunun 12/01/2012 tarih ve 12-01/59 sayılı  
toplantısında “Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi” olarak kabul edilmiştir.

ISBN 978-605-5479-40-4

YAYIN NO

291

*Anneme ve Babama...*



## İÇİNDEKİLER

SUNUŞ .....	IX
KISALTMALAR .....	XI
GİRİŞ .....	1

### Bölüm 1

#### MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNÜN GENEL GÖRÜNÜMÜ VE DAĞITIM YAPISI

1.1. MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ VE DÜNYADAKİ GELİŞMELER .....	5
1.2. TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜ .....	7
1.3. AVRUPA VE TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNDEKİ DAĞITIM ANLAŞMALARI .....	8
1.3.1. Yeni Motorlu Araçların Dağıtımı .....	8
1.3.2. Bakım/Onarım Hizmetlerinin Dağıtımı .....	10
1.3.3. Yedek Parça Dağıtımı .....	10

### Bölüm 2

#### AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNE ÖZGÜ HUKUKİ DÜZENLEMELER

2.1. 123/85 SAYILI TÜZÜK .....	13
2.2. 1475/95 SAYILI TÜZÜK .....	14
2.3. 1400/2002 SAYILI TÜZÜK .....	16
2.3.1. Marka İçi Rekabetin Sağlanması .....	19
2.3.1.1. Seçici ve Münhasır Dağıtım Sistemleri .....	19
2.3.1.2. Yetkili Dağıtıcı Bağımsızlığının Arttırılması .....	21
2.3.2. Markalar Arası Rekabetin Arttırılması .....	23
2.3.3. Bağımsız Teşebbüslerin Rekabet Gücünün Arttırılması .....	24
2.4. 461/2010 SAYILI TÜZÜK .....	25
2.4.1. 461/2010 Sayılı Tüzük Sonrası Yeni Motorlu Taşıtların Satışı Pazarı .....	29
2.4.1.1. Çok markalılık .....	31
2.4.1.2. Yeni Eşik Sistemi .....	32
2.4.1.3. Yetkili Satıcı Bağımsızlığı .....	34

2.4.2. 461/2010 Sayılı Tüzük Sonrası Bakım/Onarım ve Yedek Parça Pazarı .....	35
2.4.3. 461/2010 Sayılı Tüzük Sonrası Pazarın Yapısına İlişkin Değerlendirmeler .....	40
2.5. AB DÜZENLEMELERİNİN GENEL DEĞERLENDİRMESİ .....	42

### **Bölüm 3**

## **TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNE İLİŞKİN DÜZENLEMELER**

3.1. 1998/3 SAYILI TEBLİĞ.....	47
3.2. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ.....	47
3.3. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ'İN UYGULAMASI .....	53
3.3.1. 2005/4 Sayılı Tebliğ'in 4. Maddesinde Düzenlenen Şartlar .....	53
3.3.1.1. Fesih Şartlarına İlişkin Düzenlemeler .....	55
3.3.1.2. Niteliksel Kriterler ve Yetkili Servis Atanmaya İlişkin Düzenlemeler.....	57
3.3.2. 2005/4 Sayılı Tebliğ'in 5. Maddesinde Düzenlenen Şartlar .....	60
3.3.2.1. Teknik Bilgi Sağlama.....	61
3.3.2.2. Yedek Parça Erişimi .....	63
3.3.2.3. Orijinal ve Eşdeğer Parça Kullanımı .....	64
3.3.3. 2005/4 Sayılı Tebliğ'in 6. Maddesinde Düzenlenen Şartlar .....	66
3.4. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ SONRASI PAZARIN DURUMU.....	69
3.4.1. Tebliğ'in Yeni Araçların Satışı Pazarındaki Rekabete Etkisi .....	69
3.4.2. Tebliğ'in Yetkili Dağıtıcı Bağımsızlığını Arttırmadaki Etkisi .....	76
3.4.3. Tebliğ'in Bağımsız Tamircilerin Pazar Gücü'nün Arttırmadaki Etkisi .....	76
3.4.4. Tebliğ'in Bağımsız Yedek Parça Üreticilerinin Pazara Girişlerinin Sağlanmasına Etkisi .....	78
3.5. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ'E İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER.....	80
<b>SONUÇ .....</b>	<b>87</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>91</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>92</b>

## ŞEKİL DİZİNİ

<b>Şekil 1:</b> Türkiye Otomotiv Sektörünün Gelişimi.....	7
<b>Şekil 2:</b> Yeni Motorlu Taşıtların Dağıtım Sistemi .....	9
<b>Şekil 3:</b> Bakım/Onarım Pazarında Dağıtım Sistemi .....	10
<b>Şekil 4:</b> Yedek Parça Pazarında Dağıtım Sistemi .....	11
<b>Şekil 5:</b> 1400/2002 sayılı Tüzük ile Getirilen Yenilikler .....	18
<b>Şekil 6:</b> 1400/2002 sayılı Tebliğ ile Getirilen Pazar Payı Eşikleri .....	20
<b>Şekil 7:</b> 2005/4 sayılı Tebliğ’le Kapsanan Anlaşmalar .....	49
<b>Şekil 8:</b> Dağıtım Sistemlerinde Rekabet Baskısı .....	50
<b>Şekil 9:</b> Muafiyetin Genel Koşulları .....	54
<b>Şekil 10:</b> Anlaşmayı Muafiyetin Kapsamından Çıkaracak Kısıtlamalar .....	61
<b>Şekil 11:</b> Tebliğ’in 6. Maddesi Uyarınca Muafiyetten Yararlanamayan Hükümler .....	67
<b>Şekil 12:</b> Motorlu Taşıtlar Sektörü Satış Adetleri .....	70
<b>Şekil 13:</b> Otomotiv Pazarındaki Araçların Yerli/İthal Dağılımı .....	70
<b>Şekil 14:</b> Binek ve Hafif Ticari Araç Pazarında İlk 8 Teşebbüsün Pazar Payları .....	72
<b>Şekil 15:</b> Binek ve Hafif Ticari Araç Pazarında Yoğunlaşma Oranları .....	72
<b>Şekil 16:</b> Ortalama Araç Fiyatları (2005-2011 Kasım) .....	74
<b>Şekil 17:</b> Araçların Bakımı ve Tamiri İçin Ödenen Ücretler (2005-2011 Kasım) .....	78
<b>Şekil 18:</b> Yedek Parça ve Ekipman Fiyatları (2005-2011 Kasım) .....	79

## TABLO DİZİNİ

<b>Tablo 1:</b> 1475/95 Sayılı Tüzük İle Yapılan Değişiklikler .....	15
<b>Tablo 2:</b> 461/2010 sayılı Tüzük’ün Satış Pazarına İlişkin Düzenlemeleri ....	31
<b>Tablo 3:</b> AB Düzenlemelerinin Karşılaştırılması .....	44
<b>Tablo 4:</b> Binek ve Hafif Ticari Araç Pazarında Teşebbüslerin Pazar Payları ...	71
<b>Tablo 5:</b> Pazarlar İtibariyle Yoğunlaşma Oranları .....	73
<b>Tablo 6:</b> Yeni Düzenlemede Korunması Gereken Hükümler .....	85





## SUNUŞ

15 yılı aşkın bir süredir bağımsız bir idari otorite olarak faaliyetlerini sürdürmekte olan Rekabet Kurumu, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un uygulanmasını gözeterek, piyasalarda kartelleşme ve tekelleşmeyi engellemek yönünde önemli adımlar atmaktadır. Piyasa ekonomilerinde hayati bir role sahip olan rekabetin korunması ile tüketicilerin, yaşamın her alanında daha kaliteli ürünü, daha ucuza ve daha çok miktarda satın alabilmeleri sağlanmaktadır. Bu başarılar sayesinde de Rekabet Kurumu, yalnızca Türkiye'deki kurumlar arasında değil, dünyadaki rekabet otorileri arasında da hak ettiği yeri almaya başlamıştır. Nitekim Avrupa Birliği Komisyonu ilerleme raporları ile OECD gözden geçirme raporlarında bu durum ifade edilmekte ve Kurumun ulaşılmış olduğu idari kapasite ve mesleki düzeyle takdirle karşılanmaktadır.

Rekabet Kurumunun ulaşılmış olduğu bu idari kapasite ve mesleki düzeyin en önemli yansımalarından biri de uzmanlık tezleridir. Rekabet uzman yardımcıları, üç yılı aşan meslekî çalışmalarından elde ettikleri tecrübeleri, yoğun bilimsel araştırmalarla birleştirerek tez hazırlamaktadır. Rekabet hukuku, politikası ve sanayi iktisadı alanlarında hazırlanan ve gerek Rekabet Kurumuna gerekse diğer ilgililere yönelik önemli bir kaynak niteliğini haiz olan bu tezlerden bazılarında, rekabet hukuku ve politikasının temel konu başlıklarını içeren teorik hususlar derin analizlerle irdelenmekte, diğerlerinde ise rekabet hukuku uygulamaları bakımından önem arz eden sektörlerle ilişkin çalışmalar yer verilmektedir. Bu sayede daha önce ele alınmamış pek çok konuda değerli eserler ortaya çıkmaktadır.

Doktrine katkı sağlanması ve toplumun rekabet konusunda bilgilendirilmesi amacıyla bu eserlerin yayımlanması, rekabet otoritelerinin en önemli görevleri arasında yer alan rekabet savunuculuğunun bir parçasını teşkil etmektedir. Böylece Rekabet Kurumu, toplumu bilgilendirme hedefine yönelik rekabet savunuculuğu çerçevesinde, tek başına veya üniversiteler, barolar ve benzeri örgütlerle işbirliği halinde yürütmekte olduğu konferanslar, sempozyumlar, eğitim ve staj programları düzenlemek gibi faaliyetlerine ilave bir etkinlikte bulunmaktadır.

Bu bağlamda ele alınan konular bakımından kaynak olarak kullanılabilir yerli eserlerin son derece az olması nedeniyle değerleri bir kat daha artan tezlerini tamamlayan ve Rekabet Uzmanı unvanını alan bütün arkadaşlarımı gönülden kutluyor, başarılar diliyorum. Bu çerçevede, uzmanlık tezlerini, önemli bir başvuru kaynağı olacağı inancıyla ilgili kamuoyunun bilgisine sunuyoruz...

**Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI**  
**Rekabet Kurumu Başkanı**

## KISALTMALAR

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devletleri
<b>ACEA</b>	: European Automobile Manufacturers Association
<b>Ar-Ge</b>	: Araştırma Geliştirme
<b>Bkz.</b>	: Bakınız
<b>CECRA</b>	: European Council for Motor Trades and Repairs
<b>DPT</b>	: Devlet Planlama Teşkilatı- Kalkınma Bakanlığı
<b>IKA</b>	: Institut für Kraftfahrwesen Aachen
<b>LE</b>	: London Economics
<b>ODD</b>	: Otomotiv Distribütörleri Derneđi
<b>OICA</b>	: The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers
<b>OSD</b>	: Otomotiv Sanayi Derneđi
<b>para.</b>	: Paragraf
<b>RA</b>	: Roma Antlaşması
<b>RK</b>	: Rekabet Kurumu
<b>s.</b>	: sayfa
<b>TFEU</b>	: Treaty on the Functioning of the European Union
<b>TL</b>	: Türk Lirası
<b>TSE</b>	: Türk Standartları Enstitüsü
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu
<b>TÜBİTAK</b>	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
<b>TÜSİAD</b>	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneđi
<b>vd.</b>	: ve diğerleri
<b>3S</b>	: Sales, service, spare parts (satış, bakım/onarım, yedek parça)



## GİRİŞ

20. yüzyılın başlarında sadece varlıklı ailelerin pahalı oyuncakları, sonrasında Henry Ford'un geliştirdiği T modeli, daha fazla insanın sadece siyah renkte sahip olabildiği bir ulaşım aracı, güç ve zenginlik göstergesi, 1960'larda orta sınıfların çeœitli renk ve modelde sahip olabildikleri hayatı kolaylaştıran bir araç, özgürlük simgesi, pek çok film ve kitaba ilham veren eser, 1990'larda sahip olmanın sıradan hatta zorunlu olduğu karmaœık makineler ve 2000'lerin sonlarında nereye kadar ilerleyebileceği tahmin edilemeyen teknolojik ürünler... Bu gelişim sürecinde ise sadece kendi renk, model ve teknolojisini değil dünyayı da deđiőtiren makineler: Motorlu taœıtlar.

Womack, Jones ve Roos'un, 1991 yılında yayımladıkları kitabın adını "Dünyayı Deđiőtiren Makine" olarak koymaları işte tam da bu yüzdendir. Otomotiv sanayi, yıllar içinde kendini geliştirir ve deđiőtirirken dünyayı da deđiőtirmiş; müzik, film ve kitapların içine kadar girerek hayatımızın büyük bir parçası olmuş; bizi otoban, trafik, katlı otopark, seri ve esnek üretim, yalın organizasyon gibi kavramlarla tanıştırmış, temel sanayi dallarıyla ilişkisi nedeniyle ekonominin lokomotifini olarak anılmaya başlamıştır. Günümüzde demir-çelik, hafif metaller, petro-kimya, lastik, plastik gibi temel sanayi dallarının başlıca alıcısı ve turizm, alt yapı ve inœaat ile ulaşım sektörlerinin sağlayıcısı konumunda olan otomotiv sanayi, dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden birisi olmuştur. Sektörde, Ar-Ge ve üretim kapsamında 85 Milyar Avro'luk yatırım harcaması gerçekleştirilmekte ve yatırım yapılan ülkelerde 433 Milyar Avro'nun üzerinde vergi geliri sağlanmaktadır. Otomotiv sektörünün cirosu 2 Trilyon Avro'yu bulmakta ve sektörün 40 milyonu aşan sayıda çalışan istihdam ettiği tahmin edilmektedir.

İthal ikameci sanayi politikası çerçevesinde gelişmeye başlayan otomotiv sektörüne sahip Türkiye, 2011 yılına gelindiğinde, dünyadaki önemli otomotiv üretim merkezlerinden birisi haline gelmiş ve otomotiv sektöründe faaliyette bulunan teşebbüs sayısı 34'ü, marka sayısı ise 51'i bulmuştur. Yarattığı istihdam ve diğer sektörlerdeki ekonomik faaliyetlere yaptığı katkıların yanı sıra otomotiv sanayi yıllardır Türkiye'nin ihracat lideri olma sıfatını korumaktadır.

Sektörün ekonomik ve kültürel açıdan sahip olduğu bu önemin yanı sıra, tüketicilerin pek çoğu için bir araba sahibi olmak, yaşam boyu yapılan harcamalar içinde konut sahipliğinden sonra, tek seferde gerçekleştirilen en büyük ikinci harcamadır. Türkiye pazarına yönelik araştırmalara göre, tüketiciler fazladan 40.000 TL'ye sahip olmaları durumunda bu parayı ilk olarak ev ve daha sonra otomobil satın almak için harcamayı tercih etmektedir (Masterindeks 2010, 11). Bu nedenle, tüketiciler satın alma kararı öncesinde detaylı araştırma yaparak, yoğun emek ve zaman harcamaktadırlar. Satın alınanın gerçekleşmesi için otomotiv üreticilerinin motorlu taşıtları, fabrikalardan tüketicilere ulaştıracak etkin bir dağıtım ağı kurmaları gerekmektedir. Dağıtım sistemlerinin tüketici faydasını arttıracak şekilde örgütlenmesi içinse dağıtım anlaşmalarının rekabeti sınırlamayacak şekilde biçimlendirilmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte, rekabet sadece bu taşıtların dağıtım aşamasıyla sınırlı kalmamakta, araçların emniyetli ve amacına uygun bir şekilde işlev görebilmesi için gerekli olan bakım/onarım ve yedek parça alanlarında da etkin bir hizmet ve dağıtım sisteminin oluşturulması gerekmektedir.

Otomotiv sanayinin gerek ekonominin dinamikleri içindeki yeri gerekse tüketiciler bakımından önemi, otomotiv sektöründeki dağıtım anlaşmalarını, Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye'de diğer sektörlerdekinden farklı bir konuma oturtmuş, bu anlaşmalar için özel ve diğer sektörlerden farklı kurallar getirilmiştir. Zaman içerisinde, sektördeki bu özel kuralların ihtiyaçlara karşılık verip vermediği uygulamada karşılaşılan sorunlarla birlikte değerlendirilerek çözümler üretilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda AB, son olarak 2002 yılından beri uygulanan 1400/2002 sayılı Blok Muafiyet Tüzüğü'nün etkilerini incelemeye almış ve Tüzük'ün ihtiyacın ötesinde katı ve detaylı bir düzenleme olduğunu belirterek sonuç odaklı yeni kuralların daha faydalı olacağı tespitini yapmıştır. Bu çerçevede, yürürlüğe giren 461/2010 sayılı Tüzük'ün kapsamı daha dar tutularak, özetle satış sonrası hizmetler alanına (bakım/onarım ve yedek parça satışı) ilişkin özel bazı düzenlemeler getirilmiş, diğer konuların ise genel nitelikteki dikey düzenleme olan 330/2010 sayılı Tüzük çerçevesinde değerlendirileceği belirtilmiştir.

Türkiye'de mevcut durumda 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği uygulanmaktadır. Bununla birlikte, AB'de yürütülen araştırmaya benzer bir çalışma da Rekabet Kurumu bünyesinde başlatılarak 2005/4 sayılı Tebliğ'in etkileri araştırılmaktadır. Bu araştırma sonucunda ise sektöre ilişkin yeni bir düzenleme söz konusu olabilecektir.

Bu çerçevede söz konusu tezin amacı, motorlu taşıtlar sektöründeki dağıtım anlaşmalarını düzenleyen 2005/4 sayılı Tebliğ'in amaçlanan sonuçlara ulaşım ulaşmadığının, mevcut hükümlerin piyasadaki rekabeti tesis etmeye ne derece hizmet ettiğinin değerlendirilmesi ve AB'nin yeni düzenlemelerinin Türkiye'ye uygulanabilirliğinin tartışılmasıdır. Ayrıca, bundan sonraki düzenlemeler için ışık tutması bakımından mevcut Tebliğ'in uygulamada yarattığı sorunlara da değinilecektir. Bu amaçla tezde ilk olarak sektörün işleyişı, ekonomideki yeri ve sektördeki dağıtım yapısı üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde AB'de sektöre ilişkin olarak bugüne kadar getirilmiş olan kurallara değinilerek 1400/2002 sayılı Tüzük'ün etkilerinin değerlendirilmesine yönelik çalışmalar ile 461/2010 sayılı yeni Tüzük'ün getirdiğı kurallar incelenecektir. Böylelikle AB'nin sektöre yönelik hedefleri ve bunları gerçekleştirmek üzere belirlediğı araçlar ortaya konmuş olacaktır. Üçüncü bölümdeyse ilk olarak, Türkiye'de motorlu taşıtlar sektörü özelinde düzenlenmiş olan iki adet Tebliğ'den bahsedilerek bunların oluşturduğu dağıtım sistemleri incelenecektir. Devamında 2005/4 sayılı Tebliğ'in uygulanması sırasında ortaya çıkan sorunlara ve Tebliğ'in etkileri ile amaçladığı sonuçlara ulaşım ulaşmadığının değerlendirilmesine yer verilecektir. Bu kapsamda AB'deki yeni düzenlemelerin Türkiye için uygulanabilir olup olmadığı değerlendirilerek Türkiye'de motorlu taşıtlar sektöründeki rekabetin sağlıklı işleyebilmesi için gerekli olan ve değışmesi gereken kurallara ilişkin önerilerle tez sonlandırılacaktır.





## BÖLÜM 1

# MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNÜN GENEL GÖRÜNÜMÜ VE DAĞITIM YAPISI

Bu bölümde motorlu taşıt piyasasının diğerlerinden ayrı tutulmasına yol açan özellikleri, dünya ve Türkiye’de sektörün gelişimi ve sektördeki dağıtım anlaşmalarının yapısı incelenecektir.

### 1.1. MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNÜN GENEL ÖZELLİKLERİ VE DÜNYADAKİ GELİŞMELER

Motorlu taşıtlar, bir yanmalı veya patlamalı motorla tahrik edilen, yük veya yolcu taşımak ve karayolu trafiğinde seyretmek üzere belirli teknik mevzuata göre üretilmiş bulunan dört veya daha fazla lastik tekerlekli taşıt araçlarıdır (DPT 2007, 1). Otomotiv sanayi bu araçları üreten otomotiv ana sanayi ile, hem araç üreticilerinin imalatlarına hem de araçların parça yenilemesine yönelik olarak aksam, parça, modül ve sistem üreten otomotiv yan sanayinden oluşmaktadır. Motorlu taşıtlar; niteliği, malzeme yapısı, teknolojisi, üretim süreci ve yeri farklı olan beş bin dolayında parçanın üretilmesi ve bir araya getirilmesi ile ortaya çıkmaktadır. Öte yandan araç üreticisi bu parçaların yalnızca %20’sini üretmekte, parçaların büyük çoğunluğu araç üreticisinin sağladığı tasarım ve spesifikasyonlar çerçevesinde üretim yapan parça üreticisi teşebbüslerden yani yan sanayiden sağlanmaktadır (RK 2003, 2). Bu nedenle, ana ve yan sanayi arasındaki ilişkiler sektörün gelişimi ve rekabetçiliği açısından önem taşımaktadır<sup>1</sup>.

1769’da ilk otomobilin Fransa’da üretilmesinin ardından, Almanya ve Fransa’nın öncülüğünde Avrupa’da gelişen otomotiv sanayi; 1900’lü yıllarda, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde Henry Ford’un geliştirdiği “üretim bandı” ve “yığın üretim sistemi” sayesinde üretkenlik ve verimlilik artışlarına

---

<sup>1</sup> Ana ve yan sanayi arasındaki ilişkiler için bkz: Bedir (1999).

sahne olmuştur (Bedir 2002, 2-3). Otomotiv sektöründe gelişen üretim teknikleri, dönem için devrim niteliğinde kabul edilmiş ve tüm diğer sektörleri etkilemiştir. 1960'lı yıllara gelindiğinde, Japonya'da gelişen, esnek üretim sistemleri olarak adlandırılan ve üretkenlikle kalite açısından daha olumlu sonuçlar veren yalın üretim sistemleri sayesinde Asya ülkeleri önemli büyüklüklerde ihracat yapar hale gelmişlerdir (Gazioğlu 2005, 5; Görener ve Görener 2008, 1214). Sistemin AB ve ABD tarafından da kabul edilmesi sektördeki ikinci devrim olarak nitelenebilir. Dolayısıyla sektör; demir-çelik, petro-kimya ve lastik gibi temel sanayi dallarında başlıca alıcı olması ve başlıca sektörlerle satış gerçekleştirilmesi sebebiyle ekonominin lokomotifini kabul edilmesinin yanı sıra, dünyada işletme yapıları ve üretim teknolojilerinin şekillenmesine de katkı sağlamıştır.

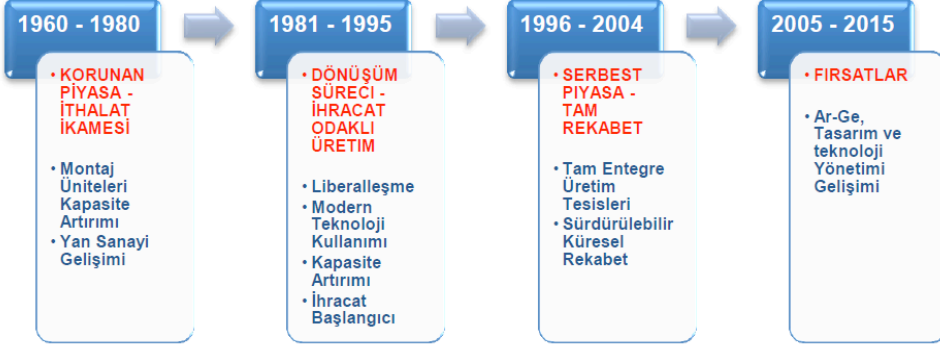
2002 yılına kadar üretimde Avrupa ülkelerinin lider, Amerika'nın takipçi konumunda olduğu sektörde 2003 yılından itibaren liderlik Asya-Okyanusya ülkelerine geçmiştir (Görener ve Görener 2008, 1215). Ayrıca, Dünya Motorlu Taşıtlar Üreticileri Organizasyonu (OICA) verilerine göre, 2000 yılında 58.374.162 adet olan sektördeki toplam üretim 2010'da %33,37 oranında artarak 77.857.705 adede çıkmıştır. Üretimin %75'i otomobil, %25'i ise ticari araçtır. Dünya otomotiv sektörü 2008 yılındaki ekonomik krizden önemli ölçüde etkilenmiş, fakat 2010 yılında otomotiv talebi %13 oranında artmıştır (OSD 2011, 4). OICA verilerine göre, dünyada 47 büyük otomotiv grubuna ait 119 marka bulunmaktadır ve Avrupa, Asya-Pasifik ülkelerinin ardından en büyük üretici konumundadır.

Son yıllarda sektörün rekabet dinamiklerinde ciddi değişimler yaşanmaktadır. Sektördeki rekabet uluslararası boyuta taşınmış ve fiyattan ziyade kalite odaklı olarak gelişmeye başlamıştır. Bu nedenle teşebbüslerin rekabet gücü; kalite, etkin pazarlama, üründe yaratıcılık, değişen talebe hızlı yanıt verme ve ürün çeşitliliği tarafından belirlenmektedir. Özellikle doymuş pazarlarda satışları müşteri eğilimleri belirlemekte ve daha sık aralıklarla ürün geliştirme, dolayısıyla marka ve model yaratabilme başarısı önem kazanmaktadır (Bedir 2002, 21). Ayrıca, tedarik veya satış pazarlarına yakın üretim yaparak daha yüksek kârlılık ve pazar payına ulaşmayı amaçlayan üreticiler, farklı ülkelerde yatırım yapmaya başlamışlardır. Üretimin küreselleşmesi, aynı zamanda bu sektördeki teknik mevzuatın da ülke sınırlarını aşarak küreselleşmesine neden olmaktadır. Ancak anılan gelişmeler neticesinde artan kapasite fazlası, müşterilerin daha düşük fiyatla daha yüksek kalite/performans/konfor isteklerinden doğan yoğun rekabet, Ar-Ge harcamalarının artışı sonucunda azalan kâr oranları gibi nedenlerle birleşme/devralmaların arttığı gözlemlenmektedir (DPT 2007, 5; Görener ve Görener 2008, 1214).

## 1.2. TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜ

Türkiye’de otomotiv sektörünün temelleri 1950’lerde atılmış ve sektör özellikle Gümrük Birliği Anlaşması’nın ardından büyük bir ivme kat etmiştir. Şekil-1’de sektörün geçirdiği evreler gösterilmektedir.

Şekil 1: Türkiye Otomotiv Sektörünün Gelişimi



Kaynak: T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2011, 13)

Türkiye otomotiv pazarında 51 adet marka, 34 adet teşebbüs tarafından temsil edilmektedir. 2010 yılında otomotiv pazarının büyüklüğü 793.172 adettir (OSD 2011, 8-9) ve binek araçlar pazarın %64'ünü oluşturmaktadır. Sektörde 5'i binek araç üreten 15 adet üretici teşebbüs bulunmakta, bunların dışındaki teşebbüsler sadece ithal araçların distribütörü olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Öte yandan 2010 yılında Türkiye’de üretilen araçların %68'i ihraç edilmiştir (OSD 2011, 13). Nitekim sektör yıllardan beri ihracat lideri olma sıfatını elinde bulundurmaktadır. Bununla birlikte, otomotiv sektörü, ekonomik krizlerden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. 2001 krizi sonrası ciddi talep daralması yaşayan sektörün satış adetleri 2007 ve 2008 yıllarında da düşüş göstermiş, fakat hem talepteki olumlu seyir hem de vergi teşviki politikaları sayesinde 2010 yılında satışlar bir önceki yıla göre yaklaşık %37 oranında artmıştır.

Otomotiv yan sanayinde 1000'in üzerinde firma faaliyet göstermesine rağmen, kabul edilebilir üretim standartlarına sahip, taşıt araçları imalat sanayine direkt olarak orijinal parça imal eden, uluslararası pazarlarda rekabet ederek ihracat yapan firma sayısı 300–350 civarındadır. Türk yan sanayi, ihraç araç imalatının katkısıyla teknolojik olarak ilerlemiş ve gelişmiş ülkelerde faaliyet gösteren araç üreticilerine üretim yapacak düzeye erişmiştir. Pazardaki üretimin önemli bir

kısmı ihraç edilmekle birlikte iç pazara gerçekleşen satışların %75'i ana sanayiye, %25'i ise bakım/onarım pazarına yapılmaktadır<sup>2</sup> (TÜBİTAK 2007, 1-8). Türkiye, güçlü yan sanayinin varlığından kaynaklanan avantajları, yan sanayinin finansal ve teknolojik olarak ana sanayiye bağımlı kalması (DPT 2007, 50) ve sektördeki işbirliklerinin gelişmemesi nedeniyle etkin şekilde değerlendirememektedir.

### **1.3. AVRUPA ve TÜRKİYE'DE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNDEKİ DAĞITIM ANLAŞMALARI**

Motorlu taşıtlar sektöründe dağıtım sistemleri 19. yüzyıldan bu yana çok kanallı karmaşık sistemlerden, münhasır dağıtıcılık yapan yetkili servislere doğru bir değişim göstermiştir<sup>3</sup>. Son yıllardaysa yalın üretim sistemi mantığına benzer şekilde tüketicinin tercihlerinin ön plana alındığı sistemler geliştirilerek yalın dağıtım benimsenmiş, böylece tüketici sadece yetkili satıcılarda gördüğü ürünleri değil, kendi tercihlerine uygun renk ve modelleri seçme imkanına kavuşmuştur. Sektördeki dağıtım, ya motorlu araç üreticilerinin sahip olduğu satış mağazaları ya da yetki verilmiş bağımsız satıcılar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Sektördeki dağıtım anlaşmaları, yeni motorlu taşıtların dağıtımı, motorlu taşıtların bakım/onarım hizmeti ve yedek parçaların dağıtımı olmak üzere üç başlık altında incelenebilir. Ancak öncesinde teşebbüslerin uygulayabilecekleri üç temel dağıtım sisteminden kısaca bahsetmek gerekmektedir. Bunlardan ilki olan münhasır dağıtım sistemlerinin en belirgin görünümü; tek bir dağıtıcının, ürünün belli bir bölgede satılması yetkisini elde etmesidir. Seçici dağıtım sistemleriye sağlayıcının, anlaşma konusu ürünü, belli kriterlere dayanarak seçtiği dağıtıcılara doğrudan veya dolaylı olarak satmayı taahhüt ettiği, bu dağıtıcıların da söz konusu malları veya hizmetleri yetkilendirilmemiş dağıtıcılara satmamayı taahhüt ettiği dağıtım sistemidir. Kriterlerin nicel veya nitel olmasına göre dağıtım sistemi de niceliksel ve niteliksel dağıtım sistemi adını almaktadır. Nitel ve nicel kriterler arasında net bir ayırım yapmak mümkün olmamakta, ancak nicel seçici dağıtım sistemlerinin pazardaki rekabeti daha olumsuz etkilediği tartışılmaktadır (Koç 2005, 40). Farklı dağıtım sistemlerinin rekabete etkileri 3. Bölüm'de ayrıntılı olarak tartışılacaktır<sup>4</sup>.

#### **1.3.1. Yeni Motorlu Araçların Dağıtımı**

Yeni motorlu taşıtların dağıtımında, araç üreticileri, kendi ülkeleri dışında bir ithalatçı/distribütör atamaktadırlar. Bu çalışmada, araç üreticisi ve

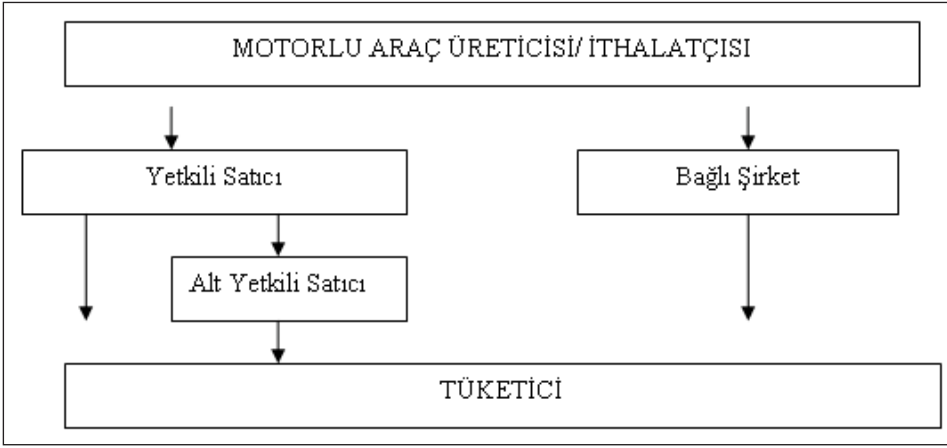
<sup>2</sup> Pazara ilişkin veriler 2002 yılına aittir. Ancak bu pazara ilişkin veri bulmanın çok zor olduğu ve daha güncel nitelikte tahmini olsa dahi bilgiye ulaşılamadığı belirtilmelidir.

<sup>3</sup> Bkz: Buzzavo ve Volpato (2001).

<sup>4</sup> Daha ayrıntılı bilgi için Bkz: Ilıcak (2006) ve Ekdi (2004).

araç sağlayıcısı araç üreticilerini ve bunların atadığı distribütörleri ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. Dağıtıcı kavramıysa yetkili satıcıları da kapsayacak şekilde, pazarda araç, parça ve ilgili hizmetleri tüketiciye ulaştıran teşebbüsleri ifade etmektedir. Sağlayıcılar, yerel şirketlerin tüketiciye ulaşmadaki başarısı ve ülke genelinde böyle bir sistemin kendileri tarafından kurulmasının maliyetini dikkate alarak yetki verdikleri teşebbüsler aracılığıyla dağıtım yapmayı tercih etmektedirler<sup>5</sup>. Şekil-2’de sektördeki dağıtım yapısı görülmektedir.

**Şekil 2:** Yeni Motorlu Taşıtların Dağıtım Sistemi



**Kaynak:** Avrupa Komisyonu 1475/95 Sayılı Tüzük Değerlendirme Raporu

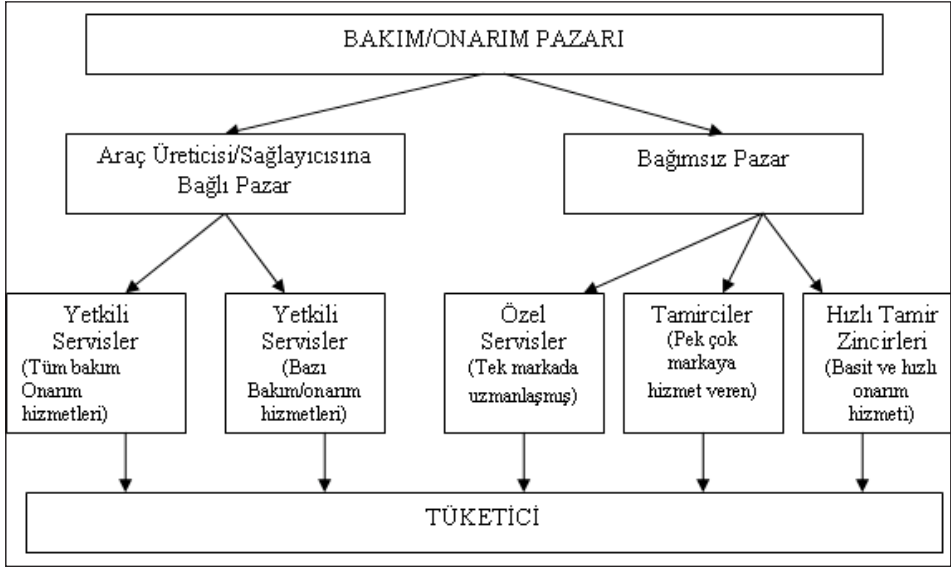
Bu tabloya yetkisiz satıcılar olarak nitelenebilecek galeriler de eklenebilir. Ancak sağlayıcılar marka imajına zarar vereceği endişesiyle araçlarının bu şekilde dağıtılmasını arzu etmemekte ve yetkisiz satıcılara yapılacak satışların engellendiği seçici dağıtım sistemlerini seçmektedirler. Bu nedenle galeriler uygulamada ikinci el araçların dağıtımını yapmakta ve ikinci el araçların dağıtımını, yeni motorlu araçlardan farklı olarak genel nitelikteki dikey tebliğlerce düzenlenmektedir.

<sup>5</sup> Sağlayıcıların kendi satış mağazaları aracılığıyla satış yapması özellikle lüks araçlar bakımından söz konusu olabilmektedir. Örneğin Ferrari ve Maserati markalı araçlar, bu markaların Türkiye distribütörünün kendisi tarafından dağıtılmaktadır. Ayrıca, BMW markalı araçların distribütörü Borusan Grubu'nun, VW, Audi, Bentley gibi markaların distribütörü olan Doğuş ve Citroen markalı araçların distribütörü Baylas Grubu'nun bağımsız yetkili satıcı ağının yanında kendilerinin sahip olduğu dağıtıcılar da bulunmaktadır.

### 1.3.2. Bakım/Onarım Hizmetlerinin Dağıtımı

Motorlu araçların güvenli ve emniyetli bir biçimde kullanımı için uzman bakım/onarımın önemi büyüktür. Bu nedenle bakım/onarım faaliyetleri, araç sahipleri için zorunlu bir harcama olup toplam sahiplik maliyetinin %40'ını oluşturmaktadır (Andersen 2001, 6). Ayrıca; bakım/onarım hizmetleri dağıtıcı teşebbüsler bakımından araç satışına göre daha yüksek kârlılık oranlarına sahiptir (Gazioğlu 2005, 10). Anılan faaliyet, araç üreticilerinin yetki verdiği yetkili servisler ve üreticiden bağımsız olan teşebbüsler olmak üzere iki temel kanal aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Pazardaki dağıtım sistemi Şekil-3'de gösterilmiştir.

Şekil 3: Bakım/Onarım Pazarında Dağıtım Sistemi



Türkiye’de sadece bazı hizmetleri sağlayan *soft franchising* olarak adlandırılan yetkili servislik sistemiyle hızlı tamir zincirleri henüz yeteri kadar gelişmemiştir<sup>6</sup>.

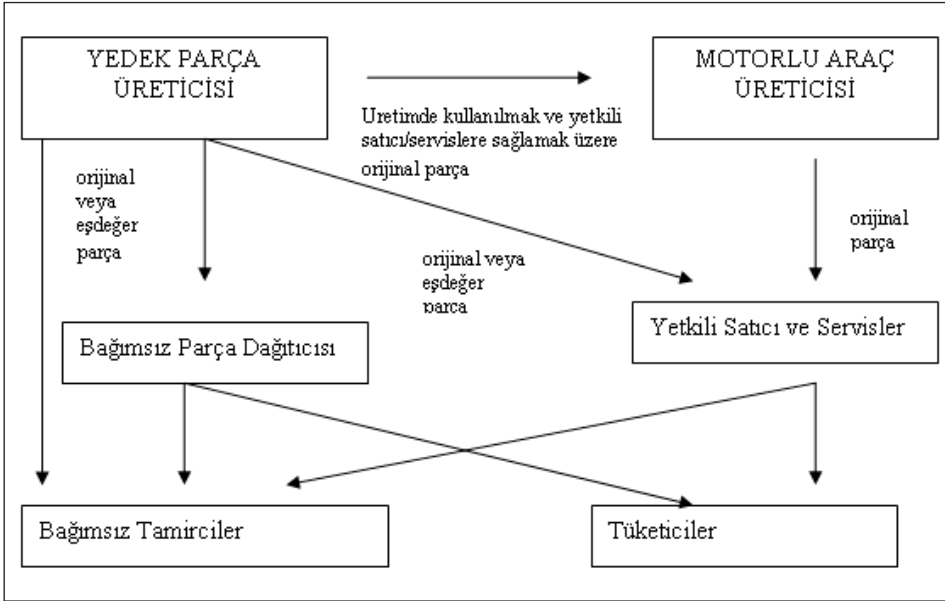
### 1.3.3. Yedek Parça Dağıtımı

Motorlu araçların yedek parçalarının bir kısmı araç üreticilerinin kendileri tarafından ve araç üreticilerinin verdikleri spesifikasyonlara göre üretim yapan bağımsız yedek parça üreticilerince üretilmektedir. Bu parçalar, orijinal

<sup>6</sup> Bilindiği kadarıyla Türkiye’de hızlı tamir zinciri olarak Autoking ve Speedy adlı firmalar faaliyet göstermektedir.

parça olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte, araçta kullanılan parçalarla aynı kalitede olan fakat onlarla aynı üretim bandından çıkmayan eşdeğer parçalar bulunmaktadır. Araç üreticileri parça dağıtımını için ayrı bir dağıtım ağı oluşturmamakta, genel olarak yetkili servislerini kullanmaktadırlar. Bağımsız parça üreticileri ise, dağıtımlarını kendi kurdukları ağlar veya araç üreticisinin yetkili servisleri üzerinden yapmaktadırlar. Şekil-4’de pazardaki dağıtım sistemi gösterilmiştir.

Şekil 4: Yedek Parça Pazarında Dağıtım Sistemi





## BÖLÜM 2

# AVRUPA BİRLİĞİ'NDE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNE ÖZGÜ HUKUKİ DÜZENLEMELER

Motorlu taşıtın hem tüketiciler için büyük bir harcama kalemi olması, hem de sektördeki pazarlama sürecinin satış sonrasında da devam ediyor olması AB'de, sektörün farklı bir konumda algılanmasına neden olmuş ve yeni motorlu taşıtların dağıtımını ve satış sonrası hizmetlerine yönelik anlaşmalar, 1985 yılından beri genel dikey düzenlemelerden daha farklı kurallara tabi tutulmuştur. Monti (2007, 284)'ye göre, bu imtiyazlı durum, sektörün AB'nin ekonomik refahına yaptığı katkı ve pek çok kişiye istihdam sağlamasından ileri gelmektedir.

Komisyon'un sektörün farklı kurallara tabi olması gerektiği yönündeki tutumunun ilk örneği *BMW* kararıdır<sup>7</sup>. *BMW*'nin motorlu araçların dağıtımını için öngördüğü sistem, hem münhasır hem de seçici dağıtım sistemi özelliklerini içermekte, ayrıca rakip motorlu araçların satışını, rakip yedek parçaların diğer dağıtıcılara satışını ve *BMW* araçlarının güvenliği için bilhassa öneme sahip olmayan parçalar hariç olmak üzere *BMW* standartlarına uymayan rakip yedek parçaların tamir amacıyla müşterilere satılmasını yasaklayan kısıtlayıcı hükümler barındırmaktaydı<sup>8</sup>. Bunun yanı sıra, motorlu araç dağıtıcılarının satış sonrası hizmetleri sağlaması ve garanti kapsamında ücretsiz bakım/onarım hizmeti vermesi de gerekmekteydi. Komisyon, bu hükümlerin rekabeti sınırladığını kabul etmekle birlikte<sup>9</sup>, anılan sistemin teknik ilerleme ve dağıtımda etkinliği sağlayacağını ifade etmiş ve sistemin Roma Anlaşması'nın (RA) 85(3) maddesinde<sup>10</sup> sayılan muafiyet şartlarını taşıdığını değerlendirmiştir<sup>11</sup>. Bu karar pek çok yazarın yanı sıra Komisyonca bir dönüm noktası olarak değerlendirilmiştir<sup>12</sup>. Komisyon'un, sağlayıcıların dağıtım sistemlerini bu karara uygun şekilde uyarlamaları

<sup>7</sup> OJ L29, 3.2.1975.

<sup>8</sup> Para. 3.

<sup>9</sup> Para. 13-19.

<sup>10</sup> Yeni haliyle, Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) 101(3).

<sup>11</sup> Para. 24-31.

<sup>12</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu s.15, para. 28; Russo vd. (2010, 2525-256) *BMW* dosyasını, seçici dağıtım sistemi başlığı altındaki dönüm noktası (*landmark*) dosyalardan biri olarak saymıştır.

beklentisine rağmen araç üreticilerinin çoğu bireysel muafiyet almak amacıyla anlaşmalarını Komisyon'a bildirmeye devam etmişlerdir<sup>13</sup>. Hem bu başvuruların önüne geçmek hem de teşebbüslere belirlilik sağlayarak yol gösterebilmek amacıyla Komisyon, sektöre yönelik grup muafiyet düzenlemelerinden ilki olan 123/85 sayılı Grup Muafiyet Tüzüğü'nü yayımlamıştır.

Bu bölümde sırasıyla 123/85, 1275/95 ve 1400/2002 sayılı Muafiyet Tüzüklerine yer verilecek ve 2010 yılında kabul edilen 461/2010 sayılı Tüzüğün getirdiği yeniliklerden bahsedilecek; böylelikle Komisyon'un yıllar içinde sektöre ilişkin düzenlemelerinin nasıl geliştiği incelenecektir.

## 2.1. 123/85 SAYILI TÜZÜK

1.7.1985'te uygulamaya konan 123/85 sayılı Tüzük<sup>14</sup>, 30.6.1995'e kadar yürürlükte kalmış ve bu 10 yıllık uygulama süresiyle şimdiye kadar sektördeki dağıtım anlaşmalarına yönelik muafiyet rejimleri arasındaki en uzun ömürlü düzenleme olma özelliğini kazanmıştır. 123/85 sayılı Tüzük, sektörde yer alan oyuncuların ve tüketicilerin farklı nitelikte ve birbiriyle çatışabilen çıkarları arasında bir orta yol bulmayı amaçlamıştır (Gazioğlu 2005, 11). Ayrıca, o zamana kadar yapılmış en iddialı ama karmaşık blok muafiyet tüzüğü olarak kabul edilmiştir (Groves 1987, 77). Tüzük'ün, AB içindeki araç fiyat farklılıklarına karşı bir çözüm getireceği ve ortak pazar yaratılmasına yardım edeceği yönünde de beklentiler oluşmuştur (Taşdemir 2009, 46).

Esasen Komisyon'un BMW kararındaki anlayışının, tüm sektör adına dışa vurumu olarak nitelenebilecek olan 123/85 sayılı Tüzük'ün en önemli özelliği, seçici ve münhasır dağıtım sisteminin birlikte kullanılmasına izin vermesi olmuştur. Bunun altındaki temel varsayımlar ise sektörde hem marka içi hem de markalar arası rekabetin mevcut olmasıdır<sup>15</sup>. İlâveten Tüzük'e göre, motorlu taşıtların doğası gereği sektörde etkinliğin sağlanabilmesi bakımından bu iki sistemin birlikteliği vazgeçilmezdir. Tüzük'ün bir diğer önemli düzenlemesi; satış ve servis hizmetlerinin birlikte verilmesine ilişkin sınırlama getirilebilmesidir<sup>16</sup>. Böylelikle Tüzük, 3S (*sales, service, spare parts*) olarak adlandırılan satış, bakım/onarım ve yedek parça satışı hizmetlerini bir arada veren dağıtıcıların oluşmasına neden olmuş ve hizmet türlerinden sadece birine ilişkin anlaşmalar muafiyet kapsamı dışında kalmıştır. 123/85 sayılı Tüzük'le dağıtıcılara getirilebilecek diğer kısıtlamalar aşağıda sayılmıştır:

<sup>13</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu s.15, para. 28.

<sup>14</sup> OJ L 15, 18.1.1985.

<sup>15</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu para. 171.

<sup>16</sup> Madde 4(1)(1)(e).

- Araçların emniyetli kullanılabilmesi için tesis, çalışanların eğitimi, reklam, depolama ve araçların sevkiyatı konusunda minimum standartlar getirilebilir<sup>17</sup>.
- Dağıtımın seçici niteliğinin korunabilmesi için, bakım/onarım amacıyla ihtiyaç duyulan yedek parçalar haricinde, dağıtıcıların sözleşme konusu araç ve parçaları bağımsız yeniden dağıtıcılara satması yasaklanabilir<sup>18</sup>.
- Dağıtıcıların sözleşmede belirlenen bölgeye odaklanmaları ve bunun haricinde şube veya depo açmaları ve sözleşme bölgesi dışında aktif müşteri aramaları yasaklanabilir<sup>19</sup>.
- Dağıtıcıların, rakip üreticilerin ürettiği araçları satması, sözleşme konusu yedek parça kalitesini sağlamayan<sup>20</sup> ve diğer üreticilerce üretilen yedek parçaları satması veya aynı üreticiye ait fakat dağıtıcının belirlenen dağıtım yeri dışında araç satması yasaklanabilir<sup>21</sup>.

Bununla birlikte Tüzük, dağıtıcının ekonomik bağımsızlığını sağlamak amacıyla sözleşme sürelerinin 4 yıl olması ve belirsiz süreli sözleşmelerde en az 1 yıl feshi ihbar süresinin öngörülmesi gibi düzenlemelere de yer vermiştir.

## 2.2. 1475/95 SAYILI TÜZÜK

Komisyon, 123/85 sayılı Tüzük'ün 10 yıllık uygulamasını değerlendirerek, 1475/95 sayılı Tüzüğü<sup>22</sup> yayımlama gereği duymuştur. Esasen eski düzenlemenin temel prensiplerine bağlı kalan bu yeni Tüzük'te rekabeti güçlendirmeyi, tüketicinin seçme şansı ile dağıtıcıların bağımsızlığını arttırmayı ve yedek parça üreticileriyle bağımsız tamircilerin durumlarını iyileştirmeyi amaçlayan birtakım değişiklikler yapılmıştır. Tablo-1'de 1475/95 sayılı Tüzük ile getirilen değişiklikler ve yenilikler özetlenmektedir.

<sup>17</sup> Madde 4(1)(1).

<sup>18</sup> Madde 3(10)(a)(b).

<sup>19</sup> Bu düzenlemenin dağıtımın iyileşmesi için kaçınılmaz olduğu kabul edilmiştir. Ancak ortak pazarın diğer bölgelerindeki son kullanıcılardan gelen talepler bayice karşılanmak zorundadır. Ayrıca, bayilerin medya aracılığıyla yaptığı reklamlar da yasaklanamamaktadır.

<sup>20</sup> Bu noktada Tüzük, kalitenin sağlandığının kanıtlayıcı yükümlülüğünün kimde olduğuna açıklık getirmemiştir. Bu durum, 1400/2002 sayılı Tüzük'te giderilmiş ve parçaların kalitesinin araç üreticisinininki ile aynı olduğunu kanıtlayıcı sorumluluğu parça üreticisine getirilmiştir.

<sup>21</sup> Madde 3. (2-5). Bu sınırlamanın da dağıtıcının araç üreticisince kendisine sağlanan motorlu taşıtlar üzerinde yoğunlaşmasına katkı yapacağı değerlendirilmiştir

<sup>22</sup> OJ L 145, 29.6.1995.

**Tablo 1:** 1475/95 Sayılı Tüzük İle Yapılan Değişiklikler

123/85 sayılı Tüzük	1475/97 sayılı Tüzük	Değişikliğin Amacı
Anlaşma süresi 4 yıl	Anlaşma süresi 5 yıl	Yetkili satıcı bağımsızlığını arttırmak
Süresiz sözleşmelerde asgari feshi ihbar süresi 1 yıl	Süresiz sözleşmelerde asgari feshi ihbar süresi 2 yıl <sup>23</sup> .	
Yetkili satıcı rakip marka satamaz	Yetkili satıcı, markalar arası karışıklığa yol açmayacak şekilde ayrı bir tüzel kişilik, ayrı bir satış yeri ve yönetim altında rakip marka satabilir <sup>24</sup> .	
Bağımsız uzmana gitme hakkı yok.	Anlaşmazlık durumunda taraflar bağımsız bir uzmana gidebilir <sup>25</sup> .	
-	Parça üreticileri araç üreticilerine sattıkları ürünlerin üzerine marka ve logolarını görülebilir bir biçimde yerleştirebilir <sup>26</sup> .	Bağımsız yedek parça üreticilerinin rekabet gücünü arttırmak
-	Yedek parça üreticileri, araç üreticisinin yanı sıra yetkili servislere veya bağımsız teşebbüslere parça sağlayabilir <sup>27</sup> .	
-	Yetkili dağıtıcılar, aynı kaliteye sahip yedek parçaları üçüncü taraflardan alabilir <sup>28</sup> .	
-	Araç üreticisi, bağımsız teşebbüslerin bakım ve onarım hizmeti verebilmeleri için gerekli olan teknik bilgileri sağlamak zorundadır.	Bağımsız tamir pazarının rekabet gücünü arttırmak

<sup>23</sup> Madde 5(2)(2).<sup>24</sup> Madde 3(3).<sup>25</sup> Madde 4(1)(3) ve 5(3).<sup>26</sup> Madde 6(1)(11).<sup>27</sup> Madde 6(1)(10).<sup>28</sup> Madde 6(1)(9).

### 2.3. 1400/2002 SAYILI TÜZÜK

1475/95 sayılı Tüzük, her ne kadar sektörde rekabetin ve tüketici tercihlerinin arttırılmasını hedeflese de, Tüzük'le muafiyet tanınan birtakım kısıtlamaların esasında tüketici refahında artışa yol açmadığı ileri sürülmüştür<sup>29</sup>. Komisyon, Tüzük'le getirilen düzenlemelerin sektöre yönelik hedefleri sağlamadaki başarısını ortaya koyan bir Değerlendirme Raporu<sup>30</sup> yayımlamıştır. Rapor; özetle satış ve satış sonrası pazarlarda istenen rekabet düzeyine ulaşamadığını göstermiştir. Ayrıca; tüketicilerin önceki sistemin faydalarından adil pay almadıklarını, dağıtıcılar arasındaki rekabetin yeterli seviyede olmadığını, dağıtıcıların üreticilere bağımlı kaldıklarını ve ortak pazar hedefinin üye devletler arasındaki fiyat farklılıklarını gidermediğini ortaya koymuştur<sup>31</sup>.

Değerlendirme Raporu, Tüzük'ün yürürlük süresinin bitiminin ardından yapılacak düzenlemeler açısından dikkate alınması gereken hususları belirtmiş, ama yeni Tüzük'e ilişkin net bir öneri getirmemiştir. Öte yandan, Gazioğlu (2005, 17) Rapor'un, yapılacak yeni düzenlemenin gerekçelerini ortaya koyduğunu ve yeni tüzüğün birçok bakımdan daha rekabetçi kurallar getireceğinin sinyallerini verdiğini düşünmektedir. Bu noktada, 1999 yılında yürürlüğe giren 2790/1999<sup>32</sup> sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Komisyon Tüzüğü'nün, motorlu taşıt dağıtımı için de uygun bir düzenleme olabileceği görüşü (Middleton 2001, 8; Nazerli ve Cowan 1999, 166) tartışılmıştır. Öte yandan, karşı görüş taraftarları (Ratliff 1996, 306; Tsoraklidis 2002, 31-33) genel düzenlemenin sektöre özgü pek çok konuda yeterli olmayacağını savunmuşlardır. Komisyon ise 2790/1999 sayılı genel düzenlemenin sektördeki problemlere çözüm getirmekte yeterli olmadığı sonucuna ulaşmış (Jones ve Sufirin 2008, 760) ve bunu şu şekilde gerekçelendirmiştir<sup>33</sup>: İlk olarak, sektörde homojen dağıtım sistemlerinin bulunmasından kaynaklanan rekabet sorunları vardır ve bu sorunların çözümü için spesifik hükümlere ihtiyaç duyulmaktadır. Satış sonrası hizmetlerde teşebbüslerin tümünün pazar payı %30'u aşmakta ve pazarın neredeyse tamamında benzer anlaşmalar sonucunda paralel ağların oluşması söz konusu olmaktadır. Ancak, 2790/1999 sayılı genel düzenleme pazarın %50'den fazlasının paralel ağlarla kapanması ve teşebbüsün pazar payının %30'u geçmesi durumunda uygulanmadığından sektördeki anlaşmaların çoğunluğu muafiyet kapsamı dışında kalacaktır. Ayrıca genel düzenleme, satış sonrası pazarı için çok daha fazla öneme sahip olan teknik bilgiye erişim ve fikri mülkiyet hakları konusunda yeterli olmayacaktır.

<sup>29</sup> Birleşik Krallık Rekabet Komisyonu (CC 2010), 1475/95 sayılı Tüzüğün motorlu taşıt dağıtımına ilişkin olarak kamu çıkarına aykırı pek çok kısıtlamaya izin verdiği, seçici ve münhasır nitelikteki dağıtım sisteminin sorunlara neden olduğunu belirterek değiştirilmesini önermiştir.

<sup>30</sup> COM(2000)743 final, 15.11.2000.

<sup>31</sup> IP/02/1073, 17.07.2002.

<sup>32</sup> OJ L 336/21, 29.12.1999.

<sup>33</sup> 2002/C 67/02, 16.03.2002. Annex 1 (4).

Bu tartışmaların sonucunda, 1400/2002 sayılı Tüzük<sup>34</sup> yürürlüğe girmiştir. Tüzük'ün, bir öncekinin aksine teşebbüslerin dağıtım sistemlerinde yenilik yapmasına imkan tanıyacağı beklenmiştir. Zira, 1475/95 sayılı Tüzük, sağlayıcı ile dağıtıcı arasındaki anlaşmalarda yer alması gereken hükümleri belirttiği için teşebbüsleri “deli ceket” (*straitjacket*)<sup>35</sup> içine sokmaya çalıştığı yönünde eleştirilmiştir<sup>36</sup> (Gazioğlu 2005, 22). Bundan kaçınmak için, 1400/2002 yasakladığı kısıtlamaları (*black list*) belirtip bunlar haricindeki dikey kısıtlamalara izin vermiş (Goyder 2003, 207) ve böylelikle teşebbüslerin kendi özgün dağıtım sistemlerini kurmalarına imkan tanıdığından daha esnek bir düzenleme olarak nitelenmiştir.

1400/2002 sayılı Tüzük'le muafiyetin uygulandığı anlaşmaların kapsamı da genişletilmiştir. 1475/95 sayılı Tüzük sadece 3S anlaşmalarını kapsarken; 1400/2002 sayılı Tüzük, satış ve satış sonrası hizmetlerin tek başına anlaşma konusu yapılmasını da kapsamına almıştır<sup>37</sup>.

Tüzük, üçlü bir değerlendirme sistemi içermektedir. İlk olarak anlaşmanın 3. maddede belirtilen genel koşulları sağlaması; sonrasında 4. maddede yer alan ağır sınırlamalara (*hard core*) yer vermemesi gerekmektedir. 5. maddede yer alan kısıtlamalar ise sözleşmenin tümünü muafiyet kapsamından çıkarmamakta sadece bu kısıtlamalar kapsam dışında kalmaktadır.

Komasyon, 1475/95 sayılı Tüzük'ün eksikliklerinden sonra 1400/2002 sayılı Tüzük'le dağıtım ve servis ağının oluşturulmasında esneklik sağlanması, marka içi ve markalar arası rekabetin arttırılması ve bağımsız yedek parça üretici ve dağıtıcılarıyla bağımsız tamircilerin rekabete dahil olmalarının sağlanmasını amaçlamıştır. Şekil-5'de Tüzük'le getirilen yenilikler ve bunların amaçları yer almaktadır.

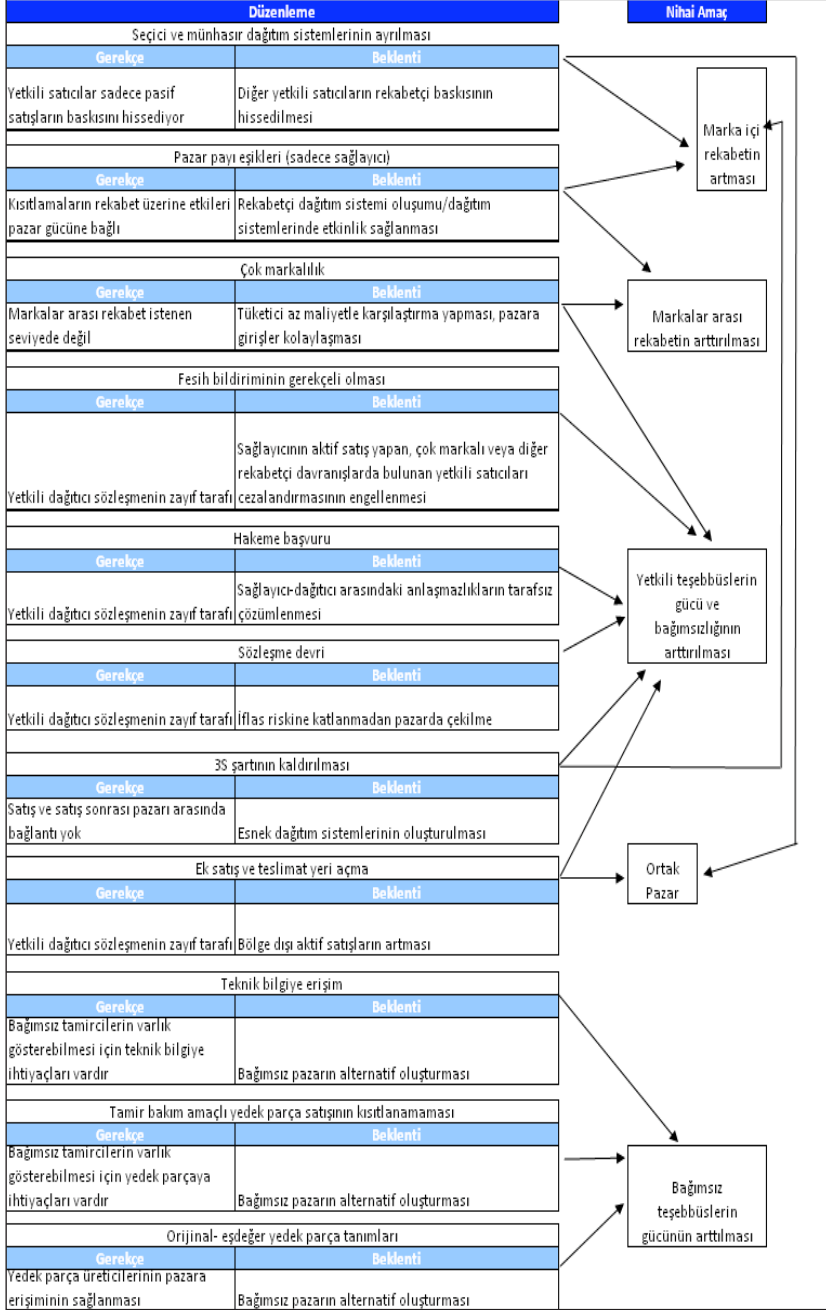
<sup>34</sup> OJ L 203/30, 1.8.2002.

<sup>35</sup> 1400/2002 Açıklayıcı Broşür'de bu etki; sadece belli bir modeli muafiyet kapsamına almanın diğer teşebbüslerin neredeyse aynı sistemleri oluşturmasını zorlamak olarak ifade edilmiştir. *Straitjacket* ifadesi, bazı yazarlarca “dar elbise” (Atik 2010, 2) olarak Türkçeleştirilmiştir.

<sup>36</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu'nda mevcut düzenlemenin teşebbüslerin yenilenen teknoloji ve talep yönetim sistemlerine uyum sağlamasını engellediği belirtilmiştir.

<sup>37</sup> “Muafiyetin genişletilmiş kapsamı herkes tarafından olumlu karşılanmıştır.” (Korah 2002, 11).

Şekil 5: 1400/2002 sayılı Tüzük ile Getirilen Yenilikler



### 2.3.1. Marka İçi Rekabetin Sağlanması

1475/95-Değerlendirme Raporu'nda Komisyon, marka içi rekabetin istenen seviyede olmadığını, zira ortak pazar içindeki fiyatların hala birbirinden önemli miktarda farklılaştığını; ayrıca sağlayıcıların da birtakım davranışları sonucunda<sup>38</sup> yetkili dağıtıcıların rekabetçi davranışlardan kaçındıklarını belirtmiştir<sup>39</sup>. Bununla birlikte, Komisyon'un seçici ve münhasır dağıtım sisteminin birlikteliğinin etkin bir rekabet ortamı yaratacağı beklentisi, marka içi ve markalar arası rekabetin mevcut olduğu varsayımına dayandığından iki sistemin birlikteliğinin dayanak noktası kalmamıştır. Bu nedenle iki sistemin birlikteliğine son verilmiş ve marka içi rekabetin tesisi için yetkili satıcı bağımsızlığını arttırmaya yönelik düzenlemelere yer verilmiştir.

#### 2.3.1.1. Seçici ve Münhasır Dağıtım Sistemleri

Etkin marka içi rekabetin tesis edilebilmesi kapsamında, Tüzük'ün getirdiği en büyük yeniliklerden biri seçici ve münhasır dağıtım birlikteliğine son vermesi olmuştur. Birleşik Krallık Rekabet Komisyonu (CC 2002), pazarda yoğunlaşma oranı düşük olsa da, benzer türdeki dikey kısıtlamaların sektördeki tüm firmalar tarafından uygulanmasının tüketici çıkarlarını zedeleyeceğini ve yeni bir dağıtım yapısı oluşturulmasını ve pazara girişleri engelleyeceğini değerlendirmiştir. Danimarka Rekabet Otoritesi yayımladığı raporda<sup>40</sup> özellikle satış sonrası hizmetlerde rekabet eksikliğinin 1475/95 sayılı Tüzük'ten kaynaklandığını belirterek, sadece niteliksel kriterlere dayanan bir dağıtım sistemi önermiştir<sup>41</sup>. Ayrıca, anılan iki dağıtım sisteminin birlikteliğinin pazarın bölümlere ayrılmasına yol açarak rekabeti azalttığı savunulmaktadır (Colino 2010, 211). Komisyon da, sektörde marka içi rekabetin mevcudiyeti ve bu nedenle seçici-münhasır dağıtım birlikteliğinin etkinlik doğuracağı varsayımını terk ederek her bir sistemin uygulanabilmesini farklı pazar payı eşiklerine bağlamıştır. Komisyon, muafiyetle izin verilen kısıtlamaların, rekabeti sınırlamasının pazar gücüne bağlı olduğunu<sup>42</sup> ve sektöre özgü nitelikler gereğince pazar payı eşiklerinin dikey anlaşmalara ilişkin genel düzenlemeden daha katı olması gerektiğini kabul etmiştir<sup>43</sup>. Bu çerçevede, sağlayıcıların pazar paylarının,

<sup>38</sup> Volkswagen AG (OJ L 124, 25.4.1998), Opel Nederland B.V. (OJ L 59, 28.2.2001) ve DaimlerChrysler AG (OJ L 257, 25.9.2002) kararlarında Komisyon, bölge dışına yapılacak pasif satışların engellenmesi şeklindeki eylemleri nedeniyle üç büyük motorlu taşıt sağlayıcısına önemli miktarlarda ceza vermiştir.

<sup>39</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu para. 179-201.

<sup>40</sup> Agreements and Prices in The Car Sector.

<sup>41</sup> 2002/C 67/02, 16.03.2002. Annex 1(3).

<sup>42</sup> 1400/2002 para. 6.

<sup>43</sup> 1400/2002 para. 7.



münhasır dağıtım sisteminin seçilebilmesi için %30'u, yeni motorlu araçların satışı pazarında niceliksel dağıtımın uygulanabilmesi için %40'ı ve satış sonrası hizmetler pazarında niceliksel seçici dağıtımın uygulanabilmesi için %30'u aşmaması gerektiğini düzenlemiştir<sup>44</sup>. Aşağıdaki şekilde, sağlayıcıların ilgili pazardaki konumlarına göre uygulayabilecekleri sistemler gösterilmektedir.

**Şekil 6:** 1400/2002 sayılı Tebliğ ile Getirilen Pazar Payı Eşikleri

Yeni Motorlu Araçlar Satış Pazarı	Yedek Parça ve Satış Sonrası Hizmetler Pazarı
De Minimis	De Minimis

Böylece, teşebbüslerin uygulayabilecekleri dağıtım sisteminin belirlenebilmesi için ilgili pazarın tanımlanması ve pazar payının hesaplanması gerekmektedir<sup>46</sup>. İlgili pazar tanımının nasıl yapılması gerektiği konusunda Tüzük'te herhangi bir açıklama yer almazken Tüzük'ün Açıklayıcı Broşürü'nde, Komisyon'un İlgili Pazar Tanımlanmasına İlişkin Komisyon Duyurusu<sup>47</sup>'nin esas alınması gerektiği ifade edilmiştir. Pazar payı hesaplanmasında, yeni motorlu taşıtların dağıtımını bakımından sağlayıcı tarafından satılan sözleşme konusu ve ona eşdeğer ürünlerin satış hacimleri, satış sonrası ve yedek parça pazarı bakımından hizmet ve satışların değeri esas alınacaktır<sup>48</sup>.

<sup>44</sup> Pazar payı belirtilen eşikleri aşan teşebbüslerin münhasır veya niceliksel seçici dağıtım uygulamak istemesi halinde bireysel muafiyet değerlendirmesi yapılmaktadır.

<sup>45</sup> Otomotiv sektöründe, teşebbüslerin %30'undan fazlasının benzer sözleşmeler yapması, Komisyon tarafından, paralel ağlar ile pazarın kapatılmasına yol açtığı şeklinde yorumlanmaktadır. Komisyon'un 3.5.2004 tarih ve IP/04/585 sayılı Basın Duyurusu'nda, AB'de sağlayıcıların neredeyse tamamının niceliksel seçici dağıtım sistemini kullandığı belirtilerek, sektördeki benzer nitelikte dikey anlaşma oranının %30'un üzerine çıktığı ifade edilmiş ve de minimis eşliğinin sektörde %5'e düşürüldüğü açıklanmıştır.

<sup>46</sup> Sektör temsilcileri getirilen pazar payı eşliğini, ilgili pazarın tam olarak belirlenmesinin zor olduğu nedeniyle eleştirmişlerdir (Korah 2002, 11).

<sup>47</sup> OJ C 372/5, 9.12.1997.

<sup>48</sup> Madde 8(1).

Münhasır-seçici dağıtım birlikteliğinin sona ermesiyle münhasır dağıtımda yetkili satıcıların yetkisiz satıcılara yapacakları satışlar engellenemeyecek<sup>49</sup>; seçici dağıtımda bölge sınırlaması getirilemeyecek, bölge dışına yapılacak aktif satışlar kısıtlanamayacaktır<sup>50</sup>. Böylece yetkili satıcılar, diğer yetkili satıcıların rekabetçi baskısını hissedeceklerinden marka içi rekabet artacaktır. Bununla birlikte, distribütör farklı bölgelerde farklı dağıtım sistemleri uygulayabilecektir<sup>51</sup>.

AB otomotiv dağıtım pazarında faaliyet gösteren sağlayıcıların tümünün pazar payı %30'un altında kaldığından anılan eşikler yeni motorlu araçların dağıtım pazarında herhangi bir dağıtım sisteminin seçilmesini zorlayacak nitelikte değildir. Bununla birlikte, Komisyon satış sonrası pazarı, satış pazarından ayrı tutmuş, satış sonrası pazarındaki niceliksel seçici dağıtım anlaşmalarının uygulanabilmesine ilişkin pazar payının üst sınırını %40 değil, %30 olarak belirlemiştir. Açıklayıcı Broşür'de sağlayıcıların anılan pazarlardaki pazar paylarının %30'u aşma ihtimalinin yüksek olduğu belirtilmiştir<sup>52</sup>. Bu durumda, aslında Komisyon'un bu pazarlarda özellikle rekabeti daha az kısıtlayan bir dağıtım yöntemi olan niteliksel seçici dağıtım sisteminin uygulanmasını hedeflediği ileri sürülebilir ve Komisyon'un satış sonrası pazardaki rekabet koşullarına yönelik endişesinin daha büyük olduğu sonucuna varılabilir.

Komisyon bu düzenlemelerin dağıtım sistemlerine esneklik getireceğini savunsa da, Crisera (2003) bu esnekliğin teorik olduğunu ve uygulamaya geçemeyeceğini belirtmiştir. Tüzük'te çok detaylı düzenlemelerin ve pek çok ek şartın bulunmasını, "deli gömleği" etkisinin hala devam etmesi olarak yorumlayanlar da bulunmaktadır (Goyder 2003, 207). Gerçekten, düzenleme satış sonrası için niteliksel dağıtım neredeyse zorlamakta; satış pazarında ise bir sonraki bölümde belirtileceği üzere, teşebbüslerin büyük çoğunluğunun niceliksel seçici dağıtıma yönelmelerine neden olarak yine tek tipliliğe yol açmaktadır.

### **2.3.1.2. Yetkili Dağıtıcı Bağımsızlığının Arttırılması**

Marka içi rekabetin gerçekleşebilmesi için dağıtıcıların özgür bir biçimde hareket edebiliyor ve kendi çıkarlarını gerçekleştirmek için birtakım rekabetçi davranışlara girişebiliyor olması gerekmektedir. Böylelikle yetkili satıcılar arasında oluşan rekabetin tüketicilere olumlu yansımaları beklenmektedir. Ayrıca, eski muafiyet tüzükleri uygulamalarında araç üreticilerinin anlaşmaları giderek kendi lehlerine düzenlemeye başladıkları görülmüştür. Bu nedenle,

<sup>49</sup> Madde 4(1)(b).

<sup>50</sup> Madde 4(1)(d)(e).

<sup>51</sup> Para. 13.

<sup>52</sup> Açıklayıcı Broşür s. 75-76. Yedek parça ve satış sonrası hizmetler pazarında, pazar tanımı genel olarak marka bazında yapılmaktadır.

anlaşma koşulları ve fesih sürelerine ilişkin 1475/95 sayılı Tüzük'te yer alan hükümler güçlendirilmiş; aktif veya pasif satış yapan, çok markalı veya satış sonrası hizmetleri taşere eden yetkili satıcıların rekabetçi davranışları nedeniyle sözleşmelerinin sonlandırılmasını önlemek amacıyla fesih bildiriminde fesih nedeninin ayrıntılı bir biçimde yer alması gerektiği düzenlenmiştir<sup>53</sup>. Tüzük, 1475/95 ile getirilen bağımsız uzmana danışma hakkını genişleterek bu hakkın varlığını zorunlu hale getirmiştir.

Sözleşme şartlarına ilişkin getirilen düzenlemeler bazı çevrelerde olumlu karşılanmasına rağmen kimi çevrelerce (Vogel 2011, 253) aşırı bulunmuştur. Bu düzenlemelerin AB ortaklık hukukundan ziyade, devletlerin iç hukukunun kapsamına girdiği savunulmuştur (Taşdemir 2009, 72-73).

Komisyon'un yetkili satıcı bağımsızlığını sağlamayı amaçlayan bir diğer düzenlemesi, yetkili satıcılara distribütörün izni olmaksızın ek satış ve teslimat noktası açma serbestisi tanınması; bir başka ifadeyle “yerleşke hükmü” veya “yerleşim şartı”<sup>54</sup>nın kaldırılmasıdır<sup>55</sup>. Bu düzenleme Taşdemir (2009, 84) tarafından “dağıtıcıya hukuki, ticari ve ekonomik anlamda tanınan bağımsızlığın en belirgin manifestosu” olarak değerlendirilmiştir. Bu hükümlerle, dağıtıcıların ve servislerin ortak pazardaki ticari avantajları değerlendirerek bölge dışı aktif satışlarını arttırmaları; sonucunda ise fiyat farklılıklarının azaltılması beklenmektedir. Satış pazarındaki düzenlemeye paralel olarak, yetkili servisler sağlayıcının izni olmaksızın ek tamirhane açabilmektedir<sup>56</sup>.

Bu amaçla getirilmiş bir diğer düzenleme, yetkili dağıtıcı veya servisin dikey sözleşmeden doğan hak ve yükümlülüklerini sağlayıcının dağıtım ağı içerisindeki başka bir teşebbüse devrinin kısıtlanamamasıdır<sup>57</sup>. Dağıtıcı veya servis, hak ve yükümlülüklerini devredeceği teşebbüsü<sup>58</sup> kendisi seçmekte bu konuda sağlayıcının onayına ihtiyaç duymamaktadır<sup>59</sup>. Bu noktada, sözleşmenin

<sup>53</sup> Para 9, Madde 3(4).

<sup>54</sup> “*Location clause*”, Gazioğlu (2005) tarafında “yerleşke hükmü”, Aslan (2006a) tarafından ise yerleşim şartı olarak Türkçeleştirilmiştir.

<sup>55</sup> Madde 5(2)(b).

<sup>56</sup> Madde 5(3).

<sup>57</sup> Para. 10, Madde 3(3).

<sup>58</sup> Yetkili dağıtıcı sözleşmenin bir dağıtıcıya, yetkili servis sözleşmesinin ise bir servise devredilmesi gerekmektedir.

<sup>59</sup> Buradaki tek sınırlama, devir edilen teşebbüsün dağıtım ağının içerisinde olmasıdır. Böylece sağlayıcının tamamen yeni bir teşebbüsle muhatap olma ihtimali ortadan kaldırılarak menfaat dengesi kurulmaktadır (Aslan 2006a, 153). Taşdemir (2009, 147) bu serbestinin ağa yeni aktörlerin katılmasını sağlayarak üreticinin dağıtım ağı üzerindeki kontrolünün azalacağını iddia etmektedir. Ancak tekrar belirtilmelidir ki sözleşmeler ancak ağ içerisindeki teşebbüslere devredilebildiğinden ağa yeni aktörlerin katılması söz konusu olamayacaktır.

devredildiğinin sağlayıcıya bildirilmesi konusundaki bir yükümlülüğün hakkın kısıtlanması olarak algılanmaması gerektiği savunulmaktadır (Aslan 2006a, 153). Bu hükümle, ticari hayatında sıkıntı yaşayan bir dağıtıcı veya servisin, sözleşmedeki haklarını devrederek ilgili pazardan çekilebilmesi mümkün olacaktır. Bu hükmün, güçlü dağıtıcı ve servislerin daha küçük teşebbüsleri satın almasının önünü açarak pazarda yoğunlaşmaya yol açacağı savunulmuştur (Gazioğlu 2005, 50; Taşdemir 2009, 77).

### 2.3.2. Markalar Arası Rekabetin Arttırılması

Tebliğ'in temel amaçlarından olan markalar arası rekabetin arttırılması için getirilen en büyük yenilik ise çok markalılıktır. Çok markalılık, yetkili satıcıların birbirine rakip birden fazla motorlu taşıt ve yedek parça markasını satabilmesi veya rakip markalara bakım/onarım hizmeti verebilmesi anlamına gelmektedir. Bu, tüketicinin değişik markaları karşılaştırmasına imkan tanımakta; pazara yeni giriş yapan motorlu taşıt üreticilerinin etkin bir dağıtım ağı kurmalarına yardımcı olmakta, daha da önemlisi düşük satış hacmine sahip markaların küçük şehirler ve kırsal alandaki satışlarını arttırabilmesine imkan vermektedir<sup>60</sup>. Bir önceki Tüzük'te, yetkili satıcının bir başka markayı ancak markalar arası karışıklığa yol açmayacak şekilde ayrı bir tüzel kişilik, ayrı bir satış yeri ve yönetim altında olması kaydıyla satabileceği düzenlenmekte iken, Değerlendirme Raporu'nda bu hükmün yetkili satıcılara finansal yük getirdiği ve mevcut haliyle Tüzük'ün pazarda çok markalılığı sağlamaya yetmediği belirtilmiştir<sup>61</sup>. Bu nedenle, 1400/2002'yle aynı tüzel kişilik altında, aynı satış mağazasında farklı markaların satılmasına izin verilmiştir<sup>62</sup>. Ayrıca dağıtıcı veya servisin sözleşme konusu malların bir önceki yıl alımlarının %30'undan<sup>63</sup> fazlasını sağlayıcıdan almasını öngören bir düzenlemenin rekabet etmememe yükümlülüğü olarak değerlendirileceği belirtilmiştir. Böylece dağıtıcı veya servis en az üç rakip markanın satışını yapabilecek ve satış sonrası hizmetlerini verebilecektir.

Yetkili satıcıya getirilebilecek tek sınırlama, farklı marka araçların mağazanın farklı bölümlerinde sergilenmesidir<sup>64</sup>. Çok markalılığa ilişkin bu hükmün, yetkili satıcılık için yapılan ciddi tesis yatırımları dikkate alındığında, teşebbüslerin ölçek ekonomilerine ulaşarak maliyet ve risklerini azaltmalarını sağlayacak, "mağaza içi" çok markalılığın tesisini amaçladığı değerlendirilmiştir (Gazioğlu 2005, 37). Çok markalılığın tüketiciler için avantajlarının yanında dezavantajı da bulunmaktadır. Daha az maliyete katlanarak farklı ürünlerin

<sup>60</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu para. 273-274.

<sup>61</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu para. 277.

<sup>62</sup> Madde 5(1)(b)(c).

<sup>63</sup> Bu oran, 2790/1999 sayılı Tüzük'te %80 olarak belirlenmiştir.

<sup>64</sup> Madde 1(1)(b).

karşılaştırılması imkanına karşın, yer darlığı nedeniyle markaların sadece en popüler araçlarının mağazada sergilenmesinin tüketicilerin aleyhine olacağı savunulmuştur (Taşdemir 2009, 96). Ayrıca, sektörde tek markalı dağıtımın TFEU 101(1). maddesi ile uyumlu olduğunu savunarak çok markalılığa karşı çıkan yazarlar da olmuştur (Klevstrand 2005, 545).

### 2.3.3. Bağımsız Teşebbüslerin Rekabet Gücünün Arttırılması

Tüzük'ün bir diğer amacı bağımsız pazarın rekabet gücünü arttırmak olmuştur. Bu husustaki en önemli yenilik, satış ve satış sonrası hizmetlerin birlikte verilmesi zorunluluğunun kaldırılmasıdır. Komisyon 1400/2002 sayılı Tüzük'e kadar; bu iki hizmet arasında doğal bir bağlantı olduğunu, motorlu taşıtların uzman bakım/onarım gerektirmesi ve satılan motorlu taşıtların tüketiciye teslim edilmesinden önce yapılması gereken teknik kontrollerin bu birlikteliği zorunlu kıldığını kabul etmiştir. Ancak 1475/95-Değerlendirme Raporu'nda iki hizmet arasındaki bağlantı sorgulanmıştır. Bu birlikteliğin, yetkili satıcıların yedek parçalarını araç üreticisi kanalıyla elde etmesine yol açtığı ve bağımsız parça üreticilerinin yetkili servislere parça satışı gerçekleştirmekte zorlanmalarına sebebiyet verdiği; tüketiciler açısından da bağlantının kopmasının faydalı olacağı yönündeki sektör temsilcileri görüşlerine yer verilmiştir. 1400/2002, satış ve satış sonrası hizmetler arasındaki suni bağlantıya son vermiş ve yetkili satıcıların satış sonrası hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerini aynı markanın dağıtım ağı içerisindeki diğer teşebbüslere devretmesine izin vermiştir. Satış ve satış sonrası hizmetler arasındaki bağlantının kırılmasının, yetkili satıcıların bakım/onarım işlerinden elde ettiği kâr olmaksızın ayakta kalmalarını gerektirmesi nedeniyle, yetkili satıcıların ölçeklerinde büyüme eğilimi yaratacağı savunulmuştur (Gazioğlu 2005, 51). Yetkili dağıtım kanalının bu şekilde büyümesiye teşebbüslerin ölçek ekonomilerini yakalamalarına, ayrıca kredi kuruluşları ve tedarik pazarları nezdinde güçlü konuma sahip olarak maliyetlerini düşürme imkanı elde etmelerine neden olacaktır.

1475/95 sayılı Tüzük, bağımsız tamircilerin teknik bilgiye erişmesini zorunlu kılsa da uygulamada araç üreticilerinin bilgi erişimini zorlaştırdığı görülmüştür<sup>65</sup>. Bu nedenle 1400/2002; teknik bilginin yanında, araçların tamir ve bakımı için gerekli olan, markaya özgü teşhis ekipmanının, yazılım ve donanımlar da dahil olmak üzere tüm diğer teknik ekipman ve gerekli eğitimlerin, talep etmeleri durumunda bağımsız tamircilere, üreticiler tarafından yetkili satıcılara verilen koşullarla aynı koşullarda verilmesini zorunlu kılmıştır<sup>66</sup>.

<sup>65</sup> 1475/95-Değerlendirme Raporu s. 298.

<sup>66</sup> Madde 4(2).

Rakip yedek parçaların bakım/onarımda kullanılmasının veya parça üreticilerinin yetkili satıcılara yedek parça sağlamalarının ve yetkili satıcıların bağımsız tamircilere bakım/onarımda kullanmak üzere yedek parça sağlamalarının yasaklanmamasına ilişkin eski düzenlemeler korunurken yedek parça konusunda iki yeni tanım getirilmiştir: Eşdeğer ve orijinal yedek parça. Orijinal yedek parçalar; bir motorlu taşıtın üretiminde kullanılan parçalarla aynı kalitede olan ve araç üreticisi tarafından getirilen spesifikasyonlara ve üretim standartlarına göre üretilmiş yedek parçalarken eşdeğer yedek parçalar, aracın montajında kullanılan parçalarla aynı kaliteye sahip olan parçalar olarak tanımlanmıştır. Yedek parça sağlayıcılarının ürettikleri parçaları yetkili veya bağımsız dağıtıcılar ile yetkili veya bağımsız tamirciler veya nihai tüketicilere satışının yasaklanması<sup>67</sup> ve garanti kapsamındaki hizmetler dışında yetkili tamircilerin motorlu araç sağlayıcısı dışındaki bir teşebbüsten orijinal veya eşdeğer yedek parça alması ve kullanmasının yasaklanması<sup>68</sup> ağır ihlaller arasında sayılmıştır.

1400/2002 sayılı Tüzük, bazı hükümleri itibariyle dikey anlaşmalara ilişkin genel düzenleme olan 2790/1999 sayılı Tüzük ile paralellik taşısa da, genel düzenlemeden çok daha katıdır. 1400/2002 sayılı Tüzük'te pazar payı eşikleri genel düzenlemeye göre daha düşük ve her bir dağıtım sistemi için ayrıca belirlenmiştir. Ayrıca; ek satış yeri açma hakkı, feshin gerekçeli olması ve belli sürelerle bağlanması ve teknik bilgi sağlama yükümlülüğü gibi genel düzenlemede bulunmayan çok daha ayrıntılı kurallar içermektedir.

Komisyon'un bu hükümlerle daha güçlü ve yoğunlaşmış bir yetkili satıcılık yapısı ile çok markalı satıcıların bulunduğu (Buzzavo ve Volpato 2001, 7), satış ve satış sonrası hizmetler arasında hukuki bağlantı bulunmayan (Gazioğlu 2005, 57) Amerika'daki sistemi örnek aldığı söylenebilecektir<sup>69</sup>.

#### **2.4. 461/2010 SAYILI TÜZÜK**

1400/2002 sayılı Tüzük, Tüzük'ün uygulamasının pazardaki etkilerinin düzenli olarak Komisyonca izleneceğini ve 31.5.2008 tarihinden önce bu konu hakkında bir rapor yayımlanacağını öngörmüştür<sup>70</sup>. Komisyon, bu kapsamda, 2002 yılından bu yana kendisinin ve bazı enstitü ve kuruluşların hazırladıkları raporlar yayımlamıştır<sup>71</sup>. 28.5.2008 tarihindeyse, 1400/2002 sayılı Tüzük'ün

<sup>67</sup> Madde 4(1)(j).

<sup>68</sup> Madde 4(1)(i).

<sup>69</sup> Benzer görüşler için bkz: (Gazioğlu 2005, 58; Taşdemir 2009, 169-172).

<sup>70</sup> 1400/2002 para. 38, Madde 11.

<sup>71</sup> Bu raporlara Komisyon'un

[http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/documents/documents.html](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/documents.html) adresli internet sayfasından erişilebilir.

Avrupa motorlu taşıt pazarındaki rekabet düzeyine etkisini inceleyen ve 2010 yılından sonraki düzenleme için temel oluşturmayı amaçlayan bir Değerlendirme Raporu<sup>72</sup> ve dört bölümden oluşan Çalışma Raporu<sup>73</sup> yayımlamıştır. Bu raporlarda, 1400/2002 sayılı Tüzük ile ulaşılmaya çalışılan hedefler ortaya konmuş ve Tüzük'ün bunları gerçekleştirmedeki başarısını değerlendirilmiştir. Komisyon'un London Economics (LE)<sup>74</sup>, Institut für Kraftfahrwesen Aachen (IKA)<sup>75</sup> gibi belli bazı kuruluşlara yaptırdığı çalışmalar ve sektör temsilcilerine gönderdiği anketlere gelen cevaplar bu değerlendirmenin temel verilerini oluşturmuştur. Komisyon 1400/2002 sayılı Tüzük'ün hedeflere ulaşmadaki başarısını

1. Pazarın kapatılmasının önlenmesi ve pazara girişlerin sağlanması hedefinin gerçekleştirilmesindeki başarısı
2. Marka içi rekabetin sağlanması ve dağıtım sistemlerine çeşitlilik getirilmesi hedefini sağlamadaki başarısı
3. Ülkeler arası ticareti arttırma hedefini sağlamadaki başarısı
4. Bağımsız tamircilerin pazar gücünün arttırılması hedefini sağlamadaki başarısı
5. Yetkili servisler arasındaki rekabetin arttırılması hedefini sağlamadaki başarısı
6. Yedek parça üreticilerinin satış sonrası pazara erişiminin mümkün kılınması hedefini sağlamadaki başarısı
7. Yetkili satıcı bağımsızlığını koruma hedefini sağlamadaki başarısı

başlıkları altında ele almıştır.

Bu değerlendirmelerin sonucunda, Komisyon özetle, ilgili pazarlarda rekabetin arttığını ancak bu durumun Tüzük'ten ziyade dış faktörler sonucu oluştuğunu, giderek küreselleşen ekonominin önceden öngörülmeven biçimde sektörü olumlu etkilediğini, özellikle artan markalar arası rekabetin fiyatların düşmesine ve AB içerisinde piyasa entegrasyonun sağlanmasına katkıda

<sup>72</sup> Commission Evaluation Report on The Operation of Regulation (EC) N° 1400/2002 Concerning Motor Vehicle Distribution and Servicing.

<sup>73</sup> Staff Working Document.

<sup>74</sup> Developments in Car Retailing and After-Sales Markets under Regulation No 1400/2002 Vol.1 by LE, 2006.

<sup>75</sup> Report, Do motor vehicle suppliers give independent operators effective access to all technical information as required under the EC competition rules applicable to the motor vehicle sector?, 2004.



bulunduğunu ifade ederek, bu noktada sektörün diğer sektörlerden ayrışacak biçimde bir pazar başarısızlığı veya tüketici zararı oluşturacağı yönünde bir gösterge olmadığını ortaya koymuştur<sup>76</sup>.

Satış sonrası pazarda ise, düzenlemenin olumlu etkiler doğurduğu, ancak bu olumlu etkilerin, 1400/2002 sayılı Tüzük'ün özel düzenlemelerinden ziyade, 2790/1999 sayılı Tüzük'te yer alan genel prensipleri baz alan kurallar sayesinde ortaya çıktığı değerlendirilmiştir<sup>77</sup>. Sonuç olarak gelinen noktada, yeni motorlu araçların satışı ile satış sonrası hizmetleri pazarlarının rekabetçi koşullar açısından birbirinden farklılaştığı söylenebilir.

Komisyon'un Tüzük'le ilgili olarak dikkat çektiği diğer bir husus, sektöre ilişkin şikayetlerin çoğunun taraflar arası ticari uyumsuzluklardan kaynaklandığıdır. Ayrıca, açıklayıcı broşür ve sıkça sorulan sorular dokümanı yayımlanmasına rağmen teşebbüslerden Tüzük'ün yorumlanmasına ilişkin pek çok başvuru alındığı belirtilmiştir. Buradan hareketle, bu kadar detaylı düzenlemenin esasında hukuki belirsizlik yarattığı vurgulanmış ve aynı zamanda ulusal rekabet otoritelerinin farklı yorumlarına yol açabileceği endişesi paylaşılmıştır<sup>78</sup>.

Sonuç olarak, Komisyon'un 1400/2002 sayılı Tüzük'le, aslında rekabetçi olan motorlu taşıtların satışı pazarındaki markalar arası rekabeti arttırabilmek adına üreticilerin dağıtım ağı üzerindeki kontrollerini kaybetmelerine yol açan düzenlemeler getirdiği görülmüştür. Başka deyişle, Komisyon araç üreticilerini sıkı kurallara bağlayıp yetkili dağıtıcıları koruyarak rekabeti arttırmayı hedeflemiştir. Üreticiler ise karşılık olarak kalite ve denetim standartlarını arttırmışlardır. Bu durum, devir hükmü gibi kurallarla birlikte değerlendirildiğinde yetkili dağıtıcı sayısında azalmaya neden olmuş ve yetkili dağıtıcı bağımsızlığı beklenen ölçüde artmamıştır. Yetkili dağıtıcı bağımsızlığı, olumlu etkiler barındırsa da bunun blok muafiyet tüzüğü çerçevesinde sağlanamayacağı yönünde değerlendirmeler de mevcuttur (Klevstrand 2005, 545). Satış sonrası pazarında getirilen kurallar genel olarak rekabeti olumlu etkilese de, bunların bazılarının esasen 2790/1999 sayılı Tüzük'te yer aldığı görülmektedir.

Komisyon, 22.7.2009'da sektördeki gelecek düzenlemelerinin etkilerini değerlendiren bir rapor yayımlamıştır<sup>79</sup>. Bu Rapor'da,

<sup>76</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu, s.11.

<sup>77</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu, s.11-12.

<sup>78</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu, s. 12.

<sup>79</sup> COM (2009) 388 final SEC(2009) 1053, 22.7.2009.



1. Mevcut durumun sürdürülmesi,
2. Sektörün tamamen genel düzenlemeye tabi olması,
3. Sektörün genel kurallara tabi olması fakat sektöre ilişkin bir kılavuz yayımlanması ve
4. Sektörün genel kurallara tabi olması fakat satış sonrası hizmetler pazarındaki rekabetin korunmasını amaçlayan ağır sınırlamaları içerecek sektöre özel bir blok muafiyetin kabul edilmesi

seçeneklerini içeren dört düzenleme önerisi yer almaktadır. Bu seçenekler, ekonomiye etkileri açısından değerlendirilmiş ve üç ve dördüncü seçenekler en yüksek puanı almışlardır. Aynı tarihte, Komisyon ulaştığı bulgular kapsamında gelecek düzenlemenin nasıl olması gerektiğine ilişkin bildiri yayımlayarak<sup>80</sup> ilgili tarafların görüşlerini ulaştırmasını istemiştir.

Gelecek düzenlemeye ilişkin çalışmalar sürerken, 20.4.2010 tarihinde 330/2010 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Komisyon Tüzüğü yayımlanmıştır<sup>81</sup>. Yeni dikey anlaşmalar Tüzüğü büyük ölçüde eskisine benzer olmakla birlikte, özellikle pazar payı eşiği ve internet satışları konusunda yeni düzenlemeler getirmiştir<sup>82</sup>. Motorlu taşıtlar sektörünün de genel Tüzük'e bağlanabileceği tartışmaları sürerken 27.5.2010 tarihinde 461/2010 sayılı yeni Tüzük<sup>83</sup> yayımlanmıştır.

461/2010 sayılı Tüzük, Komisyon'un 1400/2002 sayılı Tüzük'ün değerlendirilmesi sürecinde ulaştığı sonuçlara ve yaptığı değerlendirmelere paralel olarak yeni motorlu araçların satışının özel bir blok muafiyet tüzüğü ile düzenlenmesine gerek görmeyip bu pazardaki dikey anlaşmaları da genel düzenlemeye tabi kılmıştır<sup>84</sup>. Komisyon satış sonrası pazardaki rekabet sorunlarını dikkate almış ve bu pazara ilişkin endişelerini sürdürdüğünü; bağımsız tamircilerin teknik bilgiye, yedek parça üreticilerinin yetkili servis ağına ve yetkili servislerin

<sup>80</sup> COM (2009) 388 final, 22.7.2009.

<sup>81</sup> OJ L 102/1, 23.04.2010.

<sup>82</sup> Tüzük'ün en dikkat çekici düzenlemesi, muafiyet kapsamındaki anlaşmaların belirlenmesi aşamasında artık sadece dağıtıcının pazar payının %30'u geçmemesini yeterli görmemesi (eski düzenlemede sadece "tek elden temin yükümlülüğü"nin bulunduğu hallerde alıcının pazar payına bakılmaktaydı), hem sağlayıcı hem de dağıtıcının pazar paylarının %30'un altında kalmasını anlaşmanın muafiyet kapsamına alınması için gerekli kılmasıdır. Tüzük ile getirilen bir diğer önemli değişiklik ise, kısa dönemli satış artırıcı indirim kampanyaları ve yeni bir ürünün tanıtılması gibi hallerde, yeniden satış fiyatı tespit edilmesinin rekabeti artırıcı etkileri olabileceğinin kabul edilmesidir (Dikey Kılavuz, 223-229). Daha ayrıntılı bilgi için bkz: Brenning-Louko vd. (2010).

<sup>83</sup> OJ L 129/52, 28.5.2010.

<sup>84</sup> 461/2010, Madde 3.

rakip yedek parçalara erişiminin sağlanabilmesi açısından sektör özelinde birtakım düzenlemeler getirerek göstermiştir. Bu noktada, genel düzenlemede pazar payı eşiği dahil olmak üzere yer alan kuralların gerekli ancak satış sonrası pazarı için yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır<sup>85</sup>. Dolayısıyla, motorlu taşıtların satış sonrası pazarı için iki tüzüğün beraber değerlendirilmesi gerekecektir. Ayrıca, Tüzük'ün açıklanmasına yönelik bir de Kılavuz yayımlanmıştır<sup>86</sup>. Komisyon Başkan Yardımcısı Joaquín Almunia sektördeki yeni kurallar için *“Yeni düzenlemenin bir motorlu taşıtın ömrü sürecisindeki toplam maliyetinde en büyük paya sahip olan bakım/onarım masraflarını aşağı çekerek tüketiciye maddi bir yarar sağlayacağına kesinlikle inanmaktayım. Ayrıca bu düzenleme, aşırı kısıtlayıcı kuralları kaldırarak dağıtım maliyetlerini de azaltacaktır”* değerlendirmesini yapmıştır<sup>87</sup>. Atik (2010, 34) de, yeni düzenlemeyi, hem satış sonrası pazarın farklılıkları dikkate alınarak hem de mümkün olan en az ayrıksı düzenlemeye yer verilerek genel düzenlemelerden fazla ayrılmamaya özen gösterildiği şeklinde değerlendirmiştir.

Tüzük'ün satış sonrası pazara ilişkin hükümleri 1.6.2010 tarihinde uygulamaya girecek ama yeni motorlu taşıtların satışına ilişkin düzenlemeler bakımından bir uyum süreci öngörüldüğünden 1400/2002 sayılı Tüzük hükümleri satış pazarında 31.5.2013'e kadar uygulanacaktır<sup>88</sup>. Devam eden bölümde 461/2010 sonrası satış ve satış sonrası pazarlarının şekillenmesine yer verilecektir.

#### **2.4.1. 461/2010 Sayılı Tüzük Sonrası Yeni Motorlu Taşıtların Satış Pazarı**

1400/2002'nin temel hedeflerinden biri, markalar arası ve marka içi rekabetin artırılması olmuştur. Zira temel kabul bu pazarlarda rekabetin istenilen seviyede olmadığıdır. Bu kapsamda dağıtım sistemleri genel düzenlemeden daha katı pazar payı eşiklerine bağlanmış, dağıtıcıya getirilen rekabet etmeme yükümlülükleri yasaklanmıştır. Ancak, Tüzük'ün uygulama dönemi boyunca, AB genelinde yoğunlaşma oranlarının düştüğü, en büyük dört üreticinin pazar payları arasındaki farkın kapandığı, lüks segmentteki satışların hacim satışlara (*volume sales*) göre arttığı görülmüştür (LE 2006, 26-35). Böylece Komisyon, *“hiçbir üreticinin pazar gücüne sahip olmanın keyfini süremediğini”*<sup>89</sup> söylemekte

<sup>85</sup> 461/2010 para. 14.

<sup>86</sup> OJ C 138/16, 28.5.2010.

<sup>87</sup> IP/10/619, 27.5.2010.

<sup>88</sup> 461/2010, Madde 3 ve 8.

<sup>89</sup> Bununla birlikte, ticari araç pazarında altı üreticinin pazarın %90'ından fazlasını kontrol ettiği ortaya konya da Komisyon, AB pazarının genelinde pazar payının dalgalandığını ve üreticilerin güçlü pazar konumuna sahip olmadığını belirtmiştir (Staf Working Document Vol.2, 10).

çekince görmemiştir. Ayrıca, pazara giriş engelleri görece düşüktür. Zira son dönemde Çin, Kore ve Malezya markalarının pazara girdiği ve araç üreticilerinin ürün çeşitliliklerini çeşitli araç segmentlerini içerecek şekilde genişlettikleri gözlemlenmiştir. Araç üreticilerinin sürekli ve yüksek tutarlardaki Ar-Ge harcamaları da Komisyonca, rekabetin teşvik ettiği ürün geliştirme çabalarının sonucu olarak değerlendirilmiştir<sup>90</sup>. Sektördeki rekabetin geliştiğini gösteren bir diğer husus, 1996 yılından beri reel araç fiyatlarının azalması olmuştur<sup>91</sup>. Motorlu taşıtların dağıtım pazarındaki yoğun markalar arası rekabetin varlığı sektörü diğerlerinden ayırmanın gerekli olmadığına işaret ettiğinden pazardaki dikey anlaşmalar artık genel dikey düzenleme olan 330/2010 sayılı Tüzük çerçevesinde değerlendirilecektir. Yeni kurallar araç üreticilerine dağıtım ağlarını oluştururken daha fazla alan bıraktığından eski düzenlemeye göre daha esnek olarak yorumlanmıştır (EU Focus 2010, 7; Colino 2010, 221).

Satış pazarı bakımından yeni düzenleme sonrası oluşacak değişiklikler Tablo-2’de gerekçeleri ile birlikte gösterilmektedir.

---

<sup>90</sup> Çalışma Raporu-2, s.12.

<sup>91</sup> LE (2006, 101)’e göre reel fiyatlar 1996-2004 döneminde %12,5 oranında azalmıştır.

**Tablo 2:** 461/2010 sayılı Tüzük'ün Satış Pazarına İlişkin Düzenlemeleri

1400/2002 sayılı Tüzük	Amacı/Gerekçesi	Uygulamasına İlişkin Değerlendirme	461/2010 sayılı Tüzük
Çok markalılık	Markalar arası rekabeti arttırmak/ pazarda rekabet istenen seviyede değil.	Markalar arası rekabet, dış faktörlerin de etkisiyle artmıştır.	Çok markalılık şartı kaldırılmıştır.
Alımların %30'nun sağlayıcıdan alınması rekabet etmeme yükümlülüğü sayılır.			Alımların %80'ninin sağlayıcıdan alınması rekabet etmeme yükümlülüğü sayılır.
Niceliksel seçici %30 münhasır %40 pazar payı eşiği (sadece sağlayıcı)	Dağıtım sistemlerinde rekabetin sağlanması/ sektördeki rekabet sorunları daha katı eşik sistemini gerektirir.	Markalar arası rekabet vardır, sektörü ayrı değerlendirmenin gereği yoktur.	%30 pazar payı eşiği (her iki taraf için)
Fesih bildirimimin gerekçeli olması	Yetkili dağıtıcı bağımsızlığının artırılması/ dağıtıcılar zayıf taraf, güçlenmeleri marka içi rekabeti arttıracaktır.	Markalar arası yoğun rekabetin oluşu marka içi rekabetin kritik niteliğini ortadan kaldırmaktadır.	Sözleşmesel hükümler yok.
Hakeme başvuru			
Ek satış ve teslimat yeri açma			
Sözleşme devri			

#### 2.4.1.1. Çok markalılık

1400/2002 sayılı Tüzük'te her türlü rekabet etmeme yükümlülüğü muafiyetten yararlanamayan hükümler arasındayken 330/2010 sayılı Tüzük'te beş yılı aşmayan rekabet etmeme yükümlülüğüne izin verilmiştir<sup>92</sup>.

Değerlendirme Raporu'nda çok markalılığın genel olarak arttığına değinen Komisyon, üç tip çok markalılık tanımı yapmıştır. Dağıtıcı grupları için uygun bir model olarak kabul edilen ilk tipte, dağıtıcı değişik yerlerde konumlanmış satış

<sup>92</sup> 330/2010 Madde 5(1)(a)

yerleri aracılığıyla değişik marka araçların satışını gerçekleştirmektedir. Diğer model, aynı satış yerinde fakat farklı teşhir salonlarında birden fazla markanın satışının gerçekleştirilmesidir ki bu ancak büyük dağıtıcılar için söz konusu olabilmektedir. Son tip, aynı teşhir salonu içerisinde birden fazla markanın satışının gerçekleştirilmesidir. Bu tip, küçük dağıtıcıların yatırım maliyetlerini daha fazla ürüne dağıtabilmelerine imkan tanıdığından kârlılığı olumlu etkilemektedir. Tüzükle hedeflenen de bu tür çok markalılığın artırılmasıdır. Ancak sektörde daha ziyade birinci tipteki çok markalılığın arttığı tespit edilmiştir<sup>93</sup>.

Değerlendirme Raporu'nda küreselleşme ve markalar arası rekabetin, pazara başarılı yeni girişleri sağladığını belirten Komisyon, bu durumun tek markalı dikey anlaşmaların oluşturduğu paralel ağlar yoluyla pazarın kapatılması riskini azalttığını belirtmiştir. Ayrıca, aynı mağazada birden çok markanın satıldığı durumlarda, araç üreticilerinin marka imajlarını koruyabilmek için daha yüksek standartlar getirmesi sebebiyle dağıtıcıların yatırım maliyetlerinin arttığı tespiti dikkat çekicidir. Sonuç olarak Komisyon, çok markalılığın etkin olmadığını ve bunun araç üreticilerinin; pazarda rekabetin aynı düzeyde korunmasını sağlayabilecek olan 2790/1999 sayılı Tüzük ile öngörülen bazı sınırlamaları anlaşmalarına koymalarını engellediğini belirtmiştir<sup>94</sup>.

Yeni düzenlemeyle, sağlayıcılar sadece kendilerine ait markalar için hizmet verilmesini düzenleyen anlaşmalar yapabileceklerdir. Ayrıca, rekabet etmeme yükümlülüğü yeni durumda genel düzenlemedeki esasın geçerli olması ile birlikte bir önceki yıl alımlarının %80'nin sağlayıcıdan alınmasının zorunlu kılınması olarak tanımlanacaktır<sup>95</sup>. Marka özelinde satış görevlisi istihdam edilmesi yönündeki yükümlülükler, 1400/2002'de rekabet etmeme yükümlülüğü iken, yeni düzenlemede bu kapsamdan çıkarılmıştır.

#### 2.4.1.2. Yeni Eşik Sistemi

1400/2002 ile getirilen eşik sisteminin marka içi rekabeti arttıracığı ve sektöre giydirilen “deli gömleği”ni ortadan kaldırarak dağıtım sistemlerine esneklik kazandıracığı beklenmiştir. Ancak, Komisyon'un beklentilerinin aksine dağıtım sistemlerinde çeşitlilik sağlanmamıştır. Tüzüğün, araç üreticilerinin dağıtım ağı üzerindeki kontrolünü azaltacak pek çok düzenleme barındırmasının

<sup>93</sup> Çalışma Raporu-2, s. 21-22. Sadece Finlandiya'da iki ve üçüncü tip çok markalılık sisteminin arttığı görülmüştür.

<sup>94</sup> 2790/1999 sayılı Tüzük, 1400/2002 sayılı Tüzük'ün aksine rakip marka satışının engellenebilmesi, dağıtıcının bir önceki yıl alımlarının %80'inin sağlayıcıdan alması, dağıtıcının sözleşmeyi üçüncü kişilere devretmesinin engellenebilmesi, dağıtıcının ek satış yeri açmasının engellenebilmesi gibi kısıtlamalara izin vermektedir.

<sup>95</sup> 330/2010 Madde 1(1)(d).

sonucunda sağlayıcıların çoğu niceliksel seçici dağıtım sistemini tercih etmişlerdir. Bu sistem, araç üreticilerinin ağıdaki oyuncu sayısı sıklığını azaltmalarına izin vermiştir. Araç üreticilerinin bu süreçte nihai tüketicilere yaptıkları satışların artmasının ve üretici-dağıtıcı dikey bütünleşik yapılarının mevcut Tüzük'e bir tepki olarak geliştirildiği ileri sürülmüştür<sup>96</sup>.

Komisyon bu noktada, niceliksel seçici dağıtımın, marka içi rekabeti tüketici aleyhine azaltıp azaltmadığının sorgulanması gerektiğini belirtmiştir<sup>97</sup>. Motorlu taşıtların pahalı bir ürün olmasından hareketle, tüketicilerin aracı daha düşük fiyata satın alabilmek için uzun yollar kat edebileceğini belirterek<sup>98</sup> yeni motorlu taşıtların perakende dağıtımını pazarında yoğunlaşma oranının görece düşük olduğu, bu nedenle dağıtıcı sayısındaki azalmanın marka içi rekabeti azaltmayacağı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca niceliksel seçici dağıtım sisteminde, araç üreticisinin dağıtımda coğrafi olarak daha fazla söz sahibi olabilmesinden dolayı ölçek ekonomilerinin sağlanması, işlem maliyetlerinin azaltılması ve marka tanınımının daha dengeli bir şekilde yapılması gibi birtakım faydalar doğurabileceği kabul edilmiştir.

Bu nedenle ayrıntılı eşik sistemi kaldırılarak tüm anlaşma türleri bakımından %30'luk tek bir eşik getirilmiştir. Bununla birlikte, 330/2010 sayılı Tüzük ikili bir eşik sistemi öngördüğünden, hem sağlayıcı hem anlaşma yapılan dağıtıcının ilgili pazarda, satışlarının değeri üzerinden hesaplanan pazar payı %30'u aşmadığı takdirde rekabet etmeme yükümlülüğü içeren dağıtım sistemlerinden biri uygulanabilecektir.

Yukarıda belirtildiği üzere, araç satışı pazarında teşebbüslerin hiçbirisi %30'luk pazar payı eşiğini aşmadığından, teşebbüslerin yapacakları dikey anlaşmalar, alıcının pazar payının da %30'u aşmaması şartıyla muafiyetten yararlanacaktır<sup>99</sup>. Bir önceki düzenlemede de niceliksel seçici ve münhasır dağıtım sistemlerinin uygulanabilmesi bakımından araç üreticisine getirilen pazar payı eşığının sırasıyla %40 ve %30 olduğu hatırlandığında, değişikliğin teşebbüslerin uygulayabilecekleri dağıtım sistemi türü üzerinde büyük farklılıklara yol açmayacağı söylenebilir. Bununla birlikte, yeni düzenleme getirdiği eşikler ile teşebbüsleri anılan sistemlerden birini seçmek yönünde zorlayıcı bir tutum

<sup>96</sup> Ulusal Franchise Dağıtıcı Birliği (*National Franchised Dealers Association- NFDA*) görüşü, Çalışma Raporu-2 içinde, s.19.

<sup>97</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu, s. 5.

<sup>98</sup> Bkz. Dr. Lademann & Partner (2001).

<sup>99</sup> Motorlu taşıtların satımı pazarında, pazar marka özelinde değil, tüm markaları içine alan motorlu araçların satımı pazarı olarak tanımlanmaktadır. Bu pazarda, araç üreticilerinin hiçbirisi %30'luk pazar payı eşiğini aşmazken dağıtıcıların bu eşiği aşması teorik olarak mümkün olsa da zor görünmektedir.

sergilememektedir. Ayrıca, eşğin değerlendirilmesi için yapılacak pazar payı hesaplamasında bir yenilik söz konusudur: 1400/2002, satış pazarı için yapılacak hesaplamada satış miktarlarının esas alınacağını belirtmişken, 330/2010 sayılı Tüzük'e göre pazar payı hesaplamaları alım ve satımların değerine göre yapılacak, bu veri bulunamazsa satış hacimleri esas alınacaktır<sup>100</sup>.

### 2.4.1.3. Yetkili Satıcı Bağımsızlığı

Dağıtıcı bağımsızlığının sağlanması 1400/2002 sayılı Tüzük'ün başlı başına bir amacı olmayıp, rekabetçi davranışların teşvik edilmesi için bir yöntem olarak benimsenmiştir. Tüzük uygulamaya girdikten sonra markalar arası rekabetin artması, fiyat ve kalite üzerindeki baskının sürdürülebilmesi bakımından marka içi rekabetin önemini azaltmıştır.

Komisyon, anlaşmaların sürelerine ilişkin hükümlerin etkisi konusunda şüpheli olduğunu belirtmiştir<sup>101</sup>. Sözleşmenin devrine ilişkin hükümler ise, sadece aynı ülke sınırları içinde etkili olmuş, Komisyon'un beklentisinin aksine farklı ülkelerde faaliyet gösteren dağıtıcılar ortaya çıkmamıştır. Bağımsız bir hakem veya uzmana başvurma hakkı ise, uzun ve maliyetli mahkeme sürecini ikame ettiği için etkili olmuştur. Marka içi rekabetin Komisyon için öneminin görece azalmasının yanında yetkili dağıtıcı bağımsızlığını amaçlayan hükümlerin etkinliğinden de şüphelenilmiş ve yeni düzenlemede hiçbir sözleşmesel hüküm korunmamıştır<sup>102</sup>. Bu nedenle satış pazarındaki değişikliklerden asıl etkilenecek olan taraf araç üreticilerinden ziyade dağıtıcılar olacaktır. Avrupa Birliği İç Pazar ve Tüketicinin Korunması Komitesi Başkanı Malcolm Harbour bu konuya dikkat çekerek, düzenlemelerin yerel dağıtıcıları yeterince korumadığını belirtmiştir<sup>103</sup>. Yeni düzenlemede bağımsızlığa ilişkin etkili bir kural arayışına girilmemiş olmasının, markalar arası rekabetin varlığında; dağıtıcıların bağımsızlığının, rekabet üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunun kabul edildiği anlamına geldiği düşünülmektedir.

Bununla birlikte, dağıtıcının satış fiyatının belirlemesini engelleyen veya faaliyet göstereceği bölgeyi Tüzük'te sayılan istisnalar dışında sınırlayan, seçici dağıtım sistemi üyelerinin kendi aralarındaki alış verişini kısıtlayan, seçici dağıtım sistemi üyelerinin seçici dağıtımın uygulandığı bölgelerde aktif veya pasif satışlarını yasaklayan hükümler 330/2010 sayılı Tüzük'te de 1400/2002

<sup>100</sup> 330/2010 madde 7(a)

<sup>101</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu, s.10.

<sup>102</sup> 330/2010 gereği anlaşmalar 5 yıl süreli olmalıdır.

<sup>103</sup> “New motor vehicle block exemption rules: Good for independent repairers but possible problems for car dealers”, 1.6.2010, Brüksel, <http://www.ecrgroup.eu/new-motor-vehicle-block-exemption-rules--good-for-independent-repairers-but-possible-problems-for-car-dealers-news-119.html>.

sayılı Tüzük'te olduğu gibi ağır kısıtlama sayılmış ve muafiyet kapsamı dışında tutulmuştur<sup>104</sup>.

#### 2.4.2. 461/2010 Sayılı Tüzük Sonrası Bakım/Onarım ve Yedek Parça Pazarı

Satış sonrası pazarında birtakım rekabetçi endişelerin sürmesi, sektör özelinde bazı düzenlemelerin korunmasına neden olmuştur. Sektöre ilişkin endişelerin nedenleri Komisyon'un yaptığı çalışmalardan hareketle şu şekilde özetlenebilir:

##### 1) Bağımsız Tamirciler

Bağımsız tamircilerin sayısında 1999-2004 arasında azalma yaşanmıştır<sup>105</sup> (LE 2006, 131 ve 135) ve bu azalmanın nedeni, bağımsız servislerin karmaşık hale gelen araçların ihtiyaç duyduğu ekipman ve eğitime sahip olmamalarıdır (Çalışma Raporu-2, 27). Bağımsız tamirciler için diğer esaslı girdi olan yedek parçadaysa yetkili servislerin, yedek parça satışından büyük ölçüde kâr elde etmeleri sebebiyle, erişim sorunu pek yaşanmamıştır<sup>106</sup>.

Bağımsız pazardaki küçük teşebbüslerin yerini bir kısmı parça üretici ve dağıtıcılarına ait hızlı tamir zincirleri (*fast fit chain*) almıştır (Çalışma Raporu-2, 29-30). Bu gelişmeye, araç üreticilerinin cevabıysa, “yumuşak yetkili servislik” (*soft franchising*) sistemini geliştirmek olmuştur. Bu sistemde servis, daha dar bir alana hitap etmekte fakat araç üreticisinden yedek parça ve teknik bilgiyi rahatlıkla temin edebilmektedir<sup>107</sup>.

##### 2) Yetkili Servis

1400/2002 sayılı Tüzük'ün satış sonrası pazarda niteliksel seçici dağıtım sistemini zorunlu kılması sonucunda yetkili servis sayısı 50.000'e çıkmıştır (LE 2006, 138). Ayrıca, araç üreticisine ait yetkili servis sayısı oranı %1,9'dan %2,2'ye yükselmiştir (Çalışma Raporu-2, 33). Araç üreticilerinin yetkili servis olabilmek için koydukları standartları arttırması ise Komisyonca tüketici aleyhine bir gelişme olarak değerlendirilmemiştir.

Yetkili servislerin üçüncü bir teşebbüsten orijinal veya eşdeğer yedek parça alımının kısıtlanmasını yasaklayan hükümler yetkili servislerin diğer

<sup>104</sup> 330/2010 sayılı Tüzük, Madde 4.

<sup>105</sup> Araştırma yapılan 12 üye ülkede, bağımsız servis sayısının yetkili servis sayısına oranı 1999 yılında 7,3 iken 2004 yılında 5,2 olmuştur.

<sup>106</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu s.7.

<sup>107</sup> LE (2006, 137), bağımsız tamircilerin %6'sının bu tip sözleşmeler imzaladıklarını ortaya koymuştur.



kaynaklardan parça teminini arttıramamıştır. Zira, yetkili servisler garanti kapsamındaki alımları için araç üreticisine bağımlı olduklarından bilişim ve lojistik maliyetlerini azaltabilmek için diğer alımlarını da üreticiden sağlamaktadırlar (1400/2002-Değerlendirme Raporu, 8).

### 3) Yedek Parça

1400/2002 sayılı Tüzük sonrasında yetkili servis sayısındaki artış, bu teşebbüslerin genelde parça dağıtıcısı da olmalarından dolayı, yetkili parça dağıtıcısı sayısının da artması anlamına gelmiştir (LE 2006, 207). Ancak, yetkili servisler, hala parça alımlarının %85-%97'ini<sup>108</sup> araç üreticisinden yapmaktadır (LE 2006, 202). Öte yandan yedek parça üreticileri, başlıca müşterileri olan bağımsız tamircilerin pazar payı kaybetmelerinden olumsuz etkilenmektedir. Buna rağmen yedek parça üreticilerinin bazıları büyük ölçüde kendi parçalarını kullanan tamir zincirleri oluşturarak pazardaki durumlarını korumuşlardır<sup>109</sup>.

Üç başlık altında yer verilen endişelerden ötürü 461/2010 sayılı Tüzük; satış sonrasında, bir önceki bölümde satış pazarı için belirtilen muafiyet şartlarının sağlanmasını beklemekle birlikte, ek olarak aşağıda belirtilecek olan bazı şartların varlığını aramaktadır. Bu özel şartlara değinmeden önce satış sonrası pazarına ilişkin nasıl bir dağıtım sistemi kurulabileceği incelenecektir. Zira, 330/2010 sayılı Tüzük'e göre muafiyetten yararlanabilmek için getirilen pazar payı eşiği %30'dur. Ancak ilgili ürün pazarının marka özelinde tanımlandığı satış sonrası pazarında araç üreticilerinin pazar payının otomatik olarak %30'u aştığı hatırlandığında, pazardaki anlaşmaların hangi kapsamda değerlendirileceği başlıca sorular arasındadır. Niteliksel seçici dağıtım sisteminin genel olarak TFEU 101(1). maddenin dışında kalacağı kabul edilmektedir<sup>110</sup>. Niteliksel dağıtımın rekabeti kısıtlayan etkiler doğurmaması için, üç koşulun varlığı gerekmektedir. Bunlar; ürün niteliği ve kalitesinin korunması için sistemin gerekli olması, dağıtıcıların nesnel kriterlere göre seçilmesi ve getirilen kriterlerin gerekli olanlar haricinde şartlar ileri sürmemesidir. 1400/2002'yle benzer şekilde, yeni düzenlemesiyle Komisyon, rekabetçi açıdan daha sorunlu gördüğü satış sonrası pazarında teşebbüsleri, rekabeti daha az sınırladığını varsaydığı niteliksel seçici dağıtım sistemini uygulamaya yönlendirmektedir.

<sup>108</sup> Yetkili servislerin yedek parça tedarikinin %97'sinin araç üreticisinden yapıldığı Fransa, araç üreticisine en bağlı ülke olurken, yetkili servislerin kullandıkları parçaların %85'sini araç üreticisinden temin ettiği Almanya, araç üreticisine en az bağımlı ülke olmuştur.

<sup>109</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu s. 3.

<sup>110</sup> OJ C 138/16, 28.5.2010, Motorlu Taşıt Sektörüne İlişkin Kılavuz, para. 43.

Bu kapsamda akıllara gelen bir diğer soru ise, araç üreticilerinin yetkili servisleri aynı zamanda araç satışı yapmaları konusunda zorlayıp zorlayamayacakları, bir başka deyişle 1400/2002' sayılı Tüzük'le kaldırılan 3S şartının tekrar uygulanabilir olup olmadığıdır. Yetkili servislik hizmetlerinde motorlu araç üreticilerinin sadece niteliksel dağıtım sistemi uygulayabilmelerinden dolayı, dağıtıcılara sadece hizmetin daha iyi verilmesini sağlayacak nesnel kriterler getirilebilmektedir. Komisyon, 3S şartının sözleşme konusu hizmetin verilebilmesi bakımından gerekli bir yükümlülük olmadığını belirtmiş ve böyle bir yükümlülüğün sadece yeni pazarlara girerken bedavacılık probleminin önlenmesi amacıyla, belirli zaman zarfı için muafiyet alabileceğini vurgulamıştır<sup>111</sup>. Sonuç olarak, araç üreticisi yetkili servislerinin aynı zamanda satış hizmeti vermesini zorlayamamaktadır.

Ayrıca Kılavuzda, niteliksel dağıtım sisteminin TFEU 101(1) kapsamında değerlendirilmesine yol açacak bir başka hususun garantinin kötüye kullanılması olduğu belirtilmiştir. Zira, belli kategorideki araçların sadece yetkili dağıtım içinde tamir edilmesini sağlayan; nihai tüketicinin uzatılmış garantisini, garanti kapsamında olmayan bakım ve onarımların yetkili servislerde yapılmasına bağlayan veya garanti kapsamında olmayan yedek parçaların değişiminde sadece araç üreticisinin markasına sahip yedek parçaların kullanımına bağlayan hükümlerin muhtemelen 101(3) madde kapsamındaki muafiyetten yararlanamayacağı belirtilmiştir<sup>112</sup>.

Bunların haricinde satış sonrası pazarı için üç özel şart düzenlenmiştir. Pazardaki anlaşmalar, aşağıda belirtilen kısıtlamaları barındırmaları halinde muafiyet kapsamı dışında kalacaklardır.

**(i) Bir seçici dağıtım sistemi üyesinin, parçayı motorlu taşıtın bakım veya onarımında kullanacak olan bağımsız tamirciye yapacağı yedek parça satışının kısıtlanması**

Satış sonrası pazarda, bağımsız tamircilerin faaliyette bulunabilmeleri için teknik bilgi ve yedek parçaya ihtiyaçları bulunmaktadır. 461/2010, seçici dağıtım sistemi üyelerinin bakım/onarımda kullanılmak üzere, bağımsız tamircilere yedek parça satışlarının kısıtlanamayacağını, aksinin ağır bir ihlal anlamına geldiğini düzenlemiştir. Bununla birlikte; Çalışma Raporu'nda sektördeki bağımsız teşebbüs sayısının azalmasının arkasında teknik bilgiye sahip olmamalarının bulunduğu kabul edilmesine rağmen konu yeni Tüzük'te düzenlenmemiştir. Ancak, ilgili Kılavuz'da niteliksel seçici dağıtım sisteminin genel olarak TFEU

<sup>111</sup> Motorlu Taşıt Sektörüne İlişkin Kılavuz, para. 71.

<sup>112</sup> Motorlu Taşıt Sektörüne İlişkin Kılavuz, para. 69.

101(1). maddeyi ihlal etmeyeceği kabul edilmekle birlikte, teknik bakım/onarım bilgisinin sağlanmaması gibi bağımsız aktörlerin pazar dışına itilmesine yol açan hükümlerin varlığında anlaşmaların rekabeti kısıtlayacağı belirtilmiştir<sup>113</sup>.

Ayrıca Komisyon'un 715/2007<sup>114</sup>, 692/2008<sup>115</sup> ve 595/2009<sup>116</sup> sayılı Tüzüklerine dikkat çekilmiştir. Bu Tüzükler, belli tarih aralıklarında piyasa sürülen motorlu taşıtlar için geçerli olacak emisyon standartlarını ve bu araçlara ilişkin bakım/onarım bilgisine erişimi düzenlemektedir. Bu Tüzüklerin kapsamadığı daha önceki tarihli araçlara ilişkin teknik bilgi verilmemesi durumunda, yine bu Tüzüklerin dikkate alınacağı belirtilmiş ve değerlendirmede esas alınacak faktörler; bilginin ticari bir bilgi olup olmadığı, bağımsız teşebbüslerin faaliyetlerini gerçekleştirmelerinde önemli bir etkisinin olup olmadığı ile rekabet sınırlaması yaratıp yaratmadığı, yetkili servislere verilip verilmediği, bakım/onarım amaçlı kullanılıp kullanılmayacağı olarak sıralanmıştır. Ayrıca, yetkili servislere verilen bir bilginin ayrımcı olmayan bir biçimde bağımsız servislere de sağlanması gerektiği belirtilmiştir<sup>117</sup>. Dolayısıyla, teknik bilgiye erişimin 461/2010 sayılı Tüzük'te yer almaması, teknik bilginin önemli bir rekabetçi girdi olarak değerlendirilmemesi anlamına gelmemektedir. Komisyon'un diğer düzenlemelerinde konuya ilişkin ayrıntılı hükümlerin bulunması sebebiyle bu esaslar 461/2010'da tekrar edilmemiştir. Nitekim Kılavuz'da teknik bilgiye erişim konulu üç ayrı Tüzük'e atıf yapılmasının bu hususa işaret ettiği düşünülmektedir.

**(ii) Motorlu araç üreticisi ile yedek parça, tamir aracı veya teşhis cihazı veya başka bir ekipman üreticisi arasında kararlaştırılan parça üreticisinin bu ürünleri yetkili veya bağımsız dağıtıcı ve servislere satışının yasaklanması**

1400/2002 sayılı Tüzük'le yedek parça üreticilerinin pazara erişiminin sağlanmasına verilen önemin yeni düzenlemede de sürdüğü görülmektedir.

**(iii) Motorlu aracın üretimi sırasında kullanılan yedek parçaları sağlayan parça üreticisi/sağlayıcısı ile motorlu taşıt üreticisi arasında kararlaştırılan, bu parçalara etkin ve kolayca görülecek bir biçimde sağlayıcının marka veya logosunun konmasının engellenmesi**

<sup>113</sup> Motorlu Taşıt Sektörüne İlişkin Kılavuz, para.62.

<sup>114</sup> OJ L 171/1, 29.6.2007.

<sup>115</sup> OJ L 199/1, 28.7.2008.

<sup>116</sup> OJ L 188/1, 18.7.2009.

<sup>117</sup> Motorlu Taşıt Sektörüne İlişkin Kılavuz, para.65.

Komisyon Değerlendirme Raporu'nda, yedek parça üreticilerinin kendi marka ve logolarını parçanın üzerine yerleştirme hakları ile orijinal ve eşdeğer yedek parça tanımlarının, yedek parça üreticilerinin durumlarında iyileşme yarattığını belirtmiştir<sup>118</sup>. Yeni Tüzük'te, marka ve logoya ilişkin hükümler<sup>119</sup> korunurken Değerlendirme Raporu'nda olumlu etkilerinden bahsedilen orijinal ve eşdeğer yedek parça tanımlarına ise yer verilmemiştir. Bununla birlikte, bu durumun uygulamada eski Tüzük'e kıyasla herhangi bir değişikliğe yol açması beklenmemektedir. Zira, orijinal ve eşdeğer yedek parça kavramları Kılavuz'da açıklanmıştır<sup>120</sup>. Bu noktada eski düzenlemenin orijinal ve eşdeğer parçaların ispat yüküne dair de birtakım hükümler koyduğu değerlendirildiğinde, yeni durumun ispat yükü bakımından farklı yorumlara yol açacağı akla gelmekle birlikte, Kılavuz'da yer alan tanımlardan açıkça anlaşılabilir üzere; eşdeğer veya orijinal parçalara ilişkin ispat yükü parça üreticisindedir<sup>121</sup>. 461/2010 sayılı Tüzük'le yedek parça pazarı bakımından getirilen ilave tanım ise yetkili dağıtım ağı içerisinde olmayan bir sağlayıcının yedek parçalarını dağıtan teşebbüsleri tanımlamak üzere kullanılan bağımsız dağıtıcı kavramıdır.

Yedek parça üreticilerinin pazardaki konumunu güçlendirmeyi amaçlayan, yetkili servislerin motorlu taşıt üreticisi haricindeki kaynaklardan parça sağlayabilmesini garanti altına alan hükümler<sup>122</sup> 461/2010 sayılı Tüzük'te yer bulmamıştır. Bu hususun, 330/2010 sayılı Tüzük'te öngörülen pazar payı eşiği ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Zira satış sonrası pazardaki anlaşmaların grup muafiyeti kapsamı dışında olmaları; rekabet etmeme yükümlülüklerinin bireysel olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir<sup>123</sup>. Komisyon, değerlendirme aşamasında bu yükümlülüklerin diğer kaynaklardan eşdeğer/orijinal parça teminin sınırlandırılmasına yol açıp açmayacağını dikkate alınacağını belirtmiştir. Öte yandan, garanti kapsamında olan veya geri çağırma/ ücretsiz servis hizmetlerinde, üretici tarafından sağlanan orijinal yedek parçaların kullanımının zorunlu tutulmasının tek markalılık yükümlülüğünden ziyade haklı ve nesnel bir gereklilik olduğunu değerlendirmektedir<sup>124</sup>. Buradan orijinal/eşdeğer yedek parça temin ve kullanımının sağlanmasına Komisyon'un hala önem verdiği sonucuna ulaşılabilir.

<sup>118</sup> 1400/2002-Değerlendirme Raporu s. 9.

<sup>119</sup> 1400/2002 Madde 4(1)(l)

<sup>120</sup> Motorlu Taşıtlar Sektörüne İlişkin Kılavuz, para.19 ve 20.

<sup>121</sup> Aksi ispat edilene kadar, yedek parça üreticisinde sağlanacak belge bu parçaların orijinal veya eşdeğer olduklarını kabul etmek için yeterlidir.

<sup>122</sup> 1400/2002 4(1)(k).

<sup>123</sup> Rekabet etmeme yükümlülüğünün muafiyet alabilmesi için teşebbüslerden hiçbirinin %30 pazar payını aşmaması halinde bağlı pazar payının %40'ı aşmaması ve teşebbüslerin pazar payının %30'u aşması fakat hiçbirinin hakim durumda olmaması halinde ise bağlı pazar payının %30'un altında kalması pazarın kümülatif olarak kapanması ihtimalini dışlamaktadır. (Motorlu Taşıtlar Sektörüne İlişkin Kılavuz para. 38 ve 39 ve Dikey Kılavuz para. 141).

<sup>124</sup> Motorlu Taşıtlar Sektörüne İlişkin Kılavuz para. 39.

### 2.4.3. 461/2010 Sayılı Tüzük Sonrası Pazarın Yapısına İlişkin Değerlendirmeler

461/2010 sayılı Tüzük, motorlu taşıtlar sektörünün 1985 yılından beri süregelen ayrı bir blok muafiyet tüzüğüne sahip olma tekelini kırması bakımından yenilikçidir. Hem 1400/2002 sayılı Tüzük'ün hem de genel nitelikli dikey anlaşmalara ilişkin tüzüğün 2010 tarihinde yürürlükten kaldırılacak olması sebebiyle; 2010 yılına yaklaşıldıkça, motorlu taşıt sektörünün genel dikey anlaşmaları düzenleyen kuralların içine dahil edilebileceği sektörde tartışılmıştır (Taşdemir 2009, 108). Bu nedenle, bu yenilik sektör açısından şok nitelikte bir gelişme olmamıştır. Nitekim 1400/2002 sayılı Tüzük'ün aksine; 461/2010 sayılı Tüzük, sektörün ilgisini pek az çekmiş ve “*tantanasız*” bir şekilde kabul edilmiştir (Pelecanos 2010). Ancak, yine de sektörün tamamen genel düzenlemenin içine alınmadığı, satış sonrası pazara ilişkin ayrı düzenlemelerin mevcut olduğu göz önüne alındığında sektörün hala diğer sektörlerden farklı bir yere konduğu söylenebilir. Satış pazarının genel kurallara tabi olması genel olarak olumlu karşılanmıştır (Van Bael&Bellis 2010; Vogel 2011, 249; Colino 2010, 203). Bu değişikliğin muafiyet sistemlerine uyum getireceği savunulmuştur (Colino 2010, 203). Genel dikey düzenlemenin motorlu taşıtlar sektörüne uygulanmasının ayrıca, rekabet otoriteleri bakımından daha etkin bir sistem sağlayacağı ve teşebbüsler bakımından uyum maliyetlerini azaltacağı ileri sürülmüştür (Zuehlke ve De Stefano 2010, 97). Hatta Marcos ve Graells (2010, 200) sektör özelindeki blok muafiyet tüzüklerini, pazarı düzenlemek için kullanılan bir politika aracı olabilmesi ve böylece rekabet hukuk amaçlarından ödün verilmesine neden olması nedeniyle de eleştirmektedir. Genel düzenlemeye tabi olmak sektör temsilcilerince de olumlu karşılanmasına rağmen, genel olarak dağıtıcılar ve dağıtıcı birlikleri ise, sektör özelinde bir muafiyet düzenlemesinin dağıtıcıların yatırımlarının korunup etkin bir dağıtım sistemi oluşturarak tüketici faydası sağlamasından dolayı gerekli olduğunu belirtmişlerdir (CECRA 2009).

Yeni kuralların satış pazarında 2013 ve satış sonrası pazarında 2010 yılında yürürlüğe girecek olması Colino (2010, 221) tarafından Tüzük'ün uygulama süresinin bitiminden itibaren üç yıl daha uzatılması olarak değerlendirilerek eleştirilmiş ve hatta “*hayal kırıklığı*” olarak nitelenmiştir. Bir taraftan satış pazarında rekabet problemlerinin olmadığı sonucuna ulaşılmışken diğer taraftan uygulama süresinin ertelenmesinin geçerli bir nedeni olmadığı da belirtilmiştir (Van Bael&Bellis 2010; Pelecanos 2010, Vogel 2011, 251). Ayrıca, Komisyon bu noktada, motorlu taşıtlar pazarının neden diğer pazarlardan ayrı olduğunu açıklamada yetersiz kaldığı yönünde de eleştirilmiştir (Colino 2010, 220). Zira; ilaç, kozmetik ve elektronik aletler gibi sektörlerde de paralel ticaretin engellenmesi çabalarına rastlandığı; yazıcılar veya çivi tabancaları gibi ürünlerin satımı pazarında da

alıcıların sağlayıcıdan bazı yedek parça ve malzemeleri almaya zorunlu tutuldukları belirtilmiştir. Ancak bazı yazarlar (Ratliff 2010, 71), dağıtıcıların eski düzenleme uyarınca yaptıkları yatırımı karşılayabilmeleri ve yeni düzenlemeye adapte olabilmeleri için üç yıllık geçiş sürecini çok kısa olarak değerlendirmektedirler. Vogel (2011, 251) ise, 1400/2002 sayılı Tüzük’le de dağıtım sistemini değiştirecek yenilikler öngörülürken bir yıllık geçiş süreci yeterli görülmüş olmasına rağmen 461/2010 sayılı Tüzük’ün yürürlüğünün üç yıl ertelenmesinin altında dağıtıcılara koruma sağlayan kuralların kaldırılmasına karşı çıkan dağıtıcı birliklerini az da olsa memnun etme amacının yattığını iddia etmiştir.

Sektörün genel düzenleme içine alınması reform olarak değerlendirilebilecekken, hem satış hem de satış sonrası pazara ilişkin yukarıdaki değerlendirmeler sonucunda 461/2010 sayılı Tüzük, sektöre etkileri bakımından bir “reform” olarak nitelenemeyecektir<sup>125</sup>. Yeni düzenleme farklı olarak satış pazarında sağlayıcıların dağıtım sistemlerini daha esnek bir şekilde yapılandırmasına imkan tanımıştır. Satış sonrası pazarda ise eski düzenlemeye paralel şekilde teşebbüsler niteliksel dağıtım sistemi uygulamaya yönlendirilmiş ve bu pazardaki ağır kısıtlamalar korunmuştur.

461/2010 sayılı Tüzük’ün pazarda iki önemli değişikliğe yol açtığı düşünülmektedir. Bunlar çok markalılığa ve dağıtıcıların bağımsızlığını korumaya yönelik hükümlerin kaldırılmasıdır. 1400/2002-Değerlendirme Raporu’nda dağıtıcıları korumayı amaçlayan bu ayrıntılı düzenlemelerin pazarda etki doğurmadığı ortaya konmuştur. Bu kurallar aynı zamanda üreticilere pek çok yükümlülük yüklerken rekabet otoritelerini de rekabet ihlallerinden ziyade ticari anlaşmazlıkların ortasında bırakmıştır. Bu nedenle, yeniliği en olumlu karşılayan tarafın araç üreticileri olacağı açıktır, zira üreticiler dağıtım sistemlerini ister tek markalı ister çok markalı olarak ve daha esnek bir biçimde organize edebilecekler, tek markalılığın mümkün olmasıyla birlikte de marka imajının korunmasına yönelik endişeleri giderileceğinden koruma amaçlı ek maliyetlere katlanmayacaklardır. Ayrıca, sıkı sözleşmesel şartları yerine getirmek zorunluluğundan kurtulmuş olacaklardır.

Düzenlemeden en çok etkilenecek taraf ise dağıtıcılar olacaktır. Özellikle çok markalılık hükümlerine göre yatırımlarını yapmış olan dağıtıcıların yeni ve muhtemelen tek markalı dağıtım organizasyonlarına uyum sağlamaları gerekecektir. Dolayısıyla, 1400/2002 sayılı Tüzük’te dağıtıcılara tanınan geniş hakların kaldırıldığını söylemek mümkündür. Bunun farkında olan Komisyon da, bir anlamda dağıtıcılardan aldığı hakların karşılığında onlara ufak bir jest yaparak yeni düzenlemenin yürürlüğe girişini üç yıl ertelemiştir. Dağıtıcıların

<sup>125</sup> Benzer görüş için bkz: Ratliff (2011, 71).

korunmasına ilişkin hükümlerin kaldırılmasının elbette ki olumsuz etkilerinin olması beklense de; yapılacak değerlendirmelerde marka imajını korumaya çalışan araç üreticilerinin kalite standartlarını eskisi kadar yüksek tutmayacağından dolayı dağıtıcıların yatırım maliyetlerinin bundan sonraki dönem için azalacağı da dikkate alınmalıdır. Markalar arası rekabetin varlığından hareketle yetkili satıcı bağımsızlığına ilişkin hükümler kaldırılmış olsa da; yetkili satıcıların bağımsızlığının da rekabeti olumlu yönde etkileyeceği unutulmamalıdır. Bu nedenle, araç üreticilerine çok büyük külfetler yüklemeyen ek satış yeri açma ve sözleşmenin devri gibi hakların korunmasında fayda olabileceği düşünülmektedir.

Satış sonrası pazarda ise var olan yapıda esaslı değişiklikler olmamıştır. 461/2010 sayılı Tüzük'ün "tantanasızca" yürürlüğe girmesinin arkasında yatan nedenlerden birinin de dağıtıcıların konumları dışında sektörde büyük yapısal bir dönüşüm öngörmemesinin olduğu düşünülmektedir.

## **2.5. AB DÜZENLEMELERİNİN GENEL DEĞERLENDİRMESİ**

AB'de motorlu taşıtlar sektörü 1985 yılından beri ayrıcalıklı bir konuma sahip olmuş ve tüm diğer sektörlerden farklı kuralları olan dağıtım anlaşmalarıyla şekillenmiştir. *BMW* kararıyla başlayan ve grup muafiyet tüzükleriyle devam eden yaklaşık 25 yıllık bu süreç 2010 yılında sektörün genel nitelikteki dikey tüzüğe bağlanması ile son bulmuştur. Bu durum sonucunda sektör imtiyazlı durumunu kaybetmiş gibi görünse de satış sonrası pazarı bakımından hala onu diğer sektörlerden ayrı tutacak birtakım endişelerin sürdüğü ve dolayısıyla AB için motorlu taşıtlar pazarının hala ayrı bir yerde durduğu söylenebilir. Sektör bu 25 yıllık sürede dört adet muafiyet tüzüğüyle düzenlenmiştir.

123/85 ve 1475/95 sayılı ilk Tüzüklerin uygulanmasında, motorlu taşıtlar sektörünün özellikleri gereği seçici ve münhasır dağıtım sisteminin birlikteliğiyle satış ve satış sonrası hizmetlerin bir arada verilmesinin dağıtımın etkinliği için kaçınılmaz olduğu kabul edilmiş ve araç üreticileri, dağıtıcılarına diğer sektörlerde olmayan kısıtlamalar getirebilmişlerdir. Söz konusu uygulama döneminde araç üreticileri, dağıtım sistemleri üzerinde büyük ölçüde kontrole sahip olmuşlardır. Ancak 2002 yılında yayımlanan 1400/2002 sayılı Tüzük'le bu aşırı varsayımlar terk edilerek dağıtıcıların bağımsız olabilmelerinin de rekabet üzerinde önemli etkilere sahip olduğu ileri sürülmüş ve dağıtıcıları koruyan hükümlere yer verilerek araç üreticilerinin sistemdeki hakimiyetleri azaltılmak istenmiştir. İlk muafiyet tüzüklerine getirilen en büyük eleştiri, tüzüklerin gelişen pazar koşullarına uyum sağlayan sözleşmelere imkan verecek esneklikte olmamaları olmuştur. Bu eleştiriye karşılık, 1400/2002 sayılı Tüzük'te, dağıtım sistemlerinin



pazar paylarına bağlı olduğu bir rejim öngörülmüştür. Ancak, pazar payı eşikleri satış pazarında etkili olmamış ve anlaşmalar bu dönemde de tek tipleşme eğiliminde olmuştur. Bunda araç üreticilerinin bu düzenlemeyle kaybettikleri hakimiyeti niceliksel seçici dağıtım sistemi aracılığıyla korumak istemelerinin de büyük etkisi olmuştur. 1400/2002 sayılı Tüzük, esasen dağıtıcı bağımsızlığını korumak üzere sözleşme özgürlüğü kapsamında değerlendirilmesi gereken bazı kısıtlamalar getirdiği için eleştirilmiş ve fazla ayrıntılı düzenlemenin hukuki belirsizlik doğurduğu savunulmuştur. 2010 yılında, özellikle satış pazarının diğer sektörlerden ayrı tutulmasını gerektirecek bir neden bulunmadığı tespit edilerek sektör genel dikey düzenlemenin kapsamına alınmış ve araç üreticilerine 1400/2002'yle yüklenen pek çok sözleşmesel şart kaldırılmıştır.

Özetle, 25 yıllık uygulama döneminin başlarında araç üreticileri, dağıtıcılarına diğer sektörlerde olmayan kısıtlamaları getirmenin rahatlığını yaşarken, 2002 yılından sonra ibre tersine dönmüş ve dağıtıcıların özgür kalmalarını ve bağımsız teşebbüslerin pazara girişini sağlamayı amaçlayan pek çok düzenlemeyle araç üreticilerine ek bazı yükümlülükler getirilmiştir. Son düzenlemeye bu yükümlülükleri ortadan kaldırmıştır. Böylelikle Komisyon'un oyunun kurallarını taraflardan birinin lehine düzenleyerek rekabetin arttırılmasını beklemeyi bıraktığı söylenebilir. Hem üretici hem de dağıtıcılar, diğer sektörlerde olanlar dışında bir hak veya yükümlülük sahibi olmayacaktır. Bununla birlikte satış sonrası pazardaki bağımsız teşebbüsler, Komisyon'un özel koruması altında kalmayı sürdürmektedir. Zira bu teşebbüslerin pazara girişi tüketici refahı ve rekabetin tesisi açısından önem taşımaktadır. Bağımsız teşebbüslerin varlıklarını devam ettirebilmeleriye bazı özel kurallar sayesinde mümkün olmaktadır. Tüm bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere, sektördeki kurallar 25 yıl boyunca evrim geçirmiş, bir kısmı değişmiş, bir kısmı kaldırılmış, bir kısmı ise en başından beri sektöre uygulanmıştır. Tablo-3 sektörün tabi olduğu kuralların değişimini özetlemektedir.



**Tablo 3: AB Düzenlemelerinin Karşılaştırılması**

Düzenlemeler	123/85	1475/95	1400/2002	461/2010 ve 330/2010
Dağıtıcının satış fiyatını belirleme serbestisi	✓	✓	✓	Dikey Kılavuzda bazı sınırlı hallerde yeniden satış fiyatı tespitine izin verilebileceği belirtilmiştir.
Sözleşme süresi (en fazla)	4 yıl	5 yıl	5 yıl	5 yıl
Feshi ihbar süresi	Belirsiz süreli, 1 yıl	Belirsiz süreli, 2 yıl	Belirli süreli, 6 ay Belirsiz süreli, 2 yıl	X
Fesih bildirimının gerekçeli olması	X	X	✓	X
Seçici -münhasır dağıtım sistemleri birlikteliği	✓	✓	X Satış ve satış sonrası pazarında her bir sözleşme için ayrı pazar payı eşikleri	Teşebbüslerin belli bir dağıtım sistemini seçmesini zorlayan eşik düzenlemesi yok.
Satış ve satış sonrası hizmetlerin birlikteliği (3S)	✓	✓	X	X Kılavuzda 3S şartı getirilemeyeceği açıklanmıştır
Bağımsız yeniden dağıtıcılara satış yasağı	✓	✓	Seçici dağıtım sistemi için var	Seçici dağıtım sistemi için var
Aktif satışların kısıtlanması	✓	✓	Münhasır dağıtım sistemi için var	Münhasır dağıtım sistemi için var
Pasif satışların kısıtlanması	X	X	X	X
Rakip ürünlerin satışının yasaklanması	✓	✓	X	✓
Çok markalılık	X	Ayrı tüzel kişilik, satış yeri ve yönetim altında	Aynı tüzel kişilik altında mağazanın farklı bölümlerinde	X
Sözleşme devri	X	X	✓	X
Ek satış ve hizmet noktası açılmasının kısıtlanması (otomobil ve hafif ticari araç bakımından)	✓	✓	X	✓
Anlaşmazlık durumunda bağımsız uzmana gitme hakkı	X	✓	✓	X
Yedek parça üreticilerinin marka ve logolarını kullanma hakkının kısıtlanmaması	X	✓	✓	✓

Zeynep ŞENGÖREN

Düzenlemeler	123/85	1475/95	1400/2002	461/2010 ve 330/2010
Rakip yedek parça satışının ve temininin yasaklanması	✓	✓	X	X
	Araç üreticisinin parçalarıyla aynı kalite standartlarını sağlayan hariç rakip yedek parça kullanımı ve satışı yasaklanabilir	Araç üreticisinin parçalarıyla aynı kalite standartlarını sağlayan hariç rakip yedek parça kullanımı ve satışı yasaklanabilir	Her türlü rekabet etmeme yükümlülüğü yasaklanmıştır	Kılavuza göre bu kısıtlamalar bireysel muafiyet kapsamında değerlendirilecektir.
Bağımsız yedek parça üreticilerinin yetkili veya bağımsız servislere satışlarının kısıtlanmasının yasaklanması	X	✓	✓	✓
Eşdeğer ve orijinal yedek parça tanımları	X	X	✓	X
			Garanti kapsamı haricinde orijinal ve eşdeğer parça kullanımı engellenemez	Kılavuzda yapılmıştır. Eşdeğer ve orijinal parça kullanımının yasaklanması bireysel muafiyet değerlendirmesine tabi olacaktır.
Bağımsız tamircilere teknik bilgi sağlama yükümlülüğü	X	✓	✓	X
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Teşhis ekipmanı, yazılım ve donanımlar da dahil</li> <li>Yetkili servislerle aynı şartlarda</li> </ul>	Komisyon'un diğer düzenlemeleriyle korunmaktadır.
Yetkili satıcıların bağımsız tamircilere yedek parça satışının kısıtlanmasının yasaklanması	X	X	✓	✓

Tablodan anlaşılacağı üzere, AB'deki en ayrıntılı düzenleme 1400/2002 sayılı olandır. 1475/95 sayılı Tüzük'te yetkili dağıtıcılar ve servisler için bazı korumalar öngörülmele birlikte 1400/2002 sayılı Tüzük'te bunlar yeterli bulunmayarak genişletilmiştir. Ancak, 2010 yılına gelindiğinde sektörün bu kadar sıkı kurallara tabi olmasını gerektirecek bir bulguya rastlanılmadığından genel dikey düzenlemede yer alan koruyucu hükümlerin etkin rekabetin tesisinde

yeterli olacağı sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte, yeniden satış fiyatının tespiti, pasif satışların kısıtlanmaması gibi hükümler en başından beri varlığını sürdürmektedir. Yedek parça üreticilerinin marka ve logolarını kullanmaları; yedek parça üreticilerinin yetkili veya bağımsız servislere satışlarının kısıtlanmasının yasaklanması ise 1995'ten beri yürürlüktedir. Buradan hareketle, pazarda rekabetin sağlanması için yedek parça üreticilerinin pazara erişimine büyük önem verildiği söylenebilir. Ayrıca, bağımsız tamircilerin yedek parça ve teknik bilgiye erişiminin rekabeti arttıracığının kabul edildiği, bu yöndeki hükümlerin yeni düzenlemeyle korunmasından anlaşılmaktadır. Teknik bilgiye erişim 461/2010'da yer almasa da, bu konu Komisyon'un diğer tebliğlerinde daha ayrıntılı biçimde düzenlenmiştir.

461/2010 sayılı Tüzük'le getirilen yenilikler, sonuç olarak satış sonrası pazarındaki dağıtım anlaşmalarının yapısını değiştirecek nitelikte değildir. Satış pazarındaysa hem pazardaki rekabete etki etmeyen hem de teşebbüslere maliyet getiren çok markalılığın ve sözleşmesel düzenlemelerin kaldırılması önem taşımakta, bundan özellikle yetkili dağıtıcıların etkilenmesi beklenmektedir. Bununla birlikte, sonuç ancak uygulamanın gerçekleşmesiyle birlikte görülecektir.

## BÖLÜM 3

# TÜRKİYE’DE MOTORLU TAŞIT SEKTÖRÜNE İLİŞKİN DÜZENLEMELER

AB’ye benzer şekilde Türkiye’de motorlu araçlar sektörüne ilişkin dağıtım anlaşmaları, diğer sektörlerden ayrı kurallara tabi tutulmaktadır. Bu bölümde öncelikle Türkiye’de sektörü düzenleyen 1998/3 ve 2005/4 sayılı Tebliğlere yer verilecek; sonrasında yürürlükte bulunan 2005/4 sayılı Tebliğ’in sektöre etkilerine ve uygulamasında karşılaşılan sorunlara değinilerek sektöre ilişkin yeni bir düzenlemeye ihtiyaç olup olmadığı tartışılacaktır.

### 3.1. 1998/3 SAYILI TEBLİĞ

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un kabul edilmesinin ardından 1998 yılında aynı Kanun’un 5. maddesi uyarınca sektördeki anlaşmaları Kanun’un 4. maddesinden muaf tutan 1998/3 Sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği çıkarılmıştır. Söz konusu Tebliğ’de, AB’deki 1475/95 sayılı Tüzük’le getirilen kuralların aynıları benimsendiğinden bu kurallara ayrıca burada yer verilmemiştir<sup>126</sup>.

### 3.2. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ

2002 yılında AB’nin motorlu taşıtlar sektöründe uygulanan 1475/95 sayılı Tüzük’ü yenilemesi, Türkiye’de de 1998/3 sayılı Tebliğ’in yenilenmesini gündeme getirmiştir. Zira 1998/3 sayılı Tebliğ, sektördeki dağıtım sisteminin daha rekabetçi bir şekilde biçimlendirilmesi hedefine ulaşmakta başarılı olmamıştır (RK 2003). Bu çerçevede, hem sektör temsilcilerinden elde edilen anket verileri hem Rekabet Kurumu bünyesinde yürütülen araştırmalar sonucunda halen sektöre uygulanmakta olan 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründe Dikey

<sup>126</sup> AB ile imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması ve üyelik müzakereleri çerçevesinde AB mevzuatına uyum sağlanmasının gerekliliğinin bu benzerlikte payı bulunmaktadır.

Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (Tebliğ) çıkarılmıştır. Tebliğ'in gerekçesinde 1998/3 sayılı Tebliğ'in yetersiz kaldığı ve sakınca doğurduğu hususlar belirtilerek yeni Tebliğ'in esasları şu şekilde ortaya konmuştur<sup>127</sup>:

Bu tespitler ışığında;

- sağlayıcılara dağıtım ve servis ağını oluşturmakta esneklik sağlayan,
- yetkili satıcı ve servislerin sağlayıcı karşısındaki konumunu güçlendiren,
- yedek parça üreticilerinin rekabete dahil olmalarını sağlayan,
- bağımsız tamircilerin bakım-onarım hizmetlerine ilişkin teknik bilgi, teçhizat ve teşhis cihazlarına erişiminin kolaylaştırılması yoluyla tüketicilere alternatif oluşturmalarının önünü açan,

yeni bir düzenlemeye ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

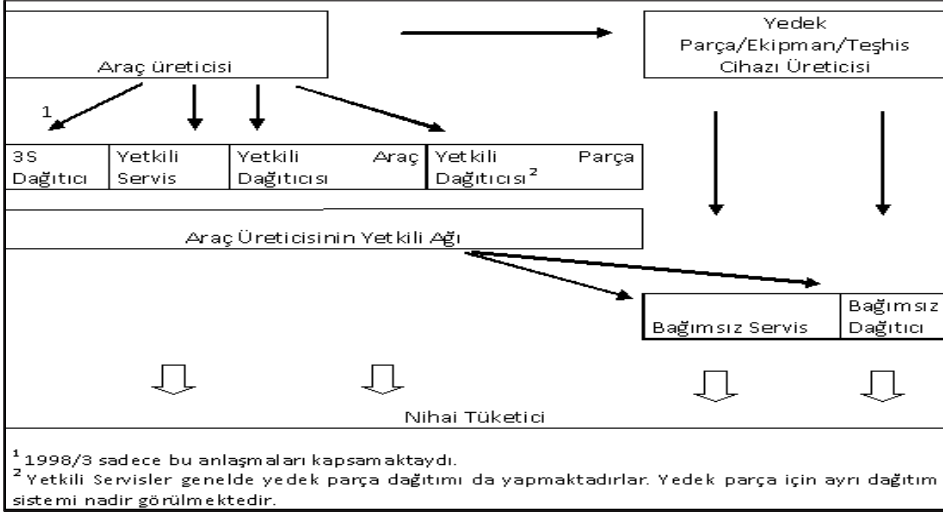
2005/4 sayılı Tebliğ, 1.1.2006'da yürürlüğe girmiş; sağlayıcı ve dağıtıcıların uyum sağlayabilmesi için bir yıllık geçiş süreci öngörülmüştür. Tebliğ'le getirilen kurallar, AB'nin o dönemde yürürlükteki düzenlemesi 1400/2002 sayılı Tüzük'le büyük ölçüde aynıdır. Bu benzerliklerden dolayı, 2005/4 sayılı Tebliğ'in ayrıntılı olarak incelenmesine yer verilmeyecek olup sadece mevcut Tebliğ ile pazarda oluşan dağıtım yapısı incelenecektir.

1998/3 sayılı Tebliğ'in sadece araç, servis ve yedek parça dağıtımının birlikte yapıldığı anlaşmaları kapsıyor olması, pazarda sadece servis veya sadece araç dağıtımı konulu sözleşmelerin farklı kurallara tabi olmasına yol açmıştır. Tebliğ'in uygulanmasına ilişkin hazırlanan Değerlendirme Raporu'nda (RK 2003, 6) bu ikili uygulamanın Tebliğ'in amaçladığı sonuçlara ulaşmada önemli bir engel teşkil ettiği belirtilerek, tüm anlaşmaları kapsayacak tek bir düzenlemenin hazırlanması önerilmiştir. 2005/4 bu sorunu ortadan kaldırarak yeni motorlu araçların ve yedek parçaların ilk tedarikinden son kullanıcıya ulaşmasına kadar yapılan tüm anlaşmaları kapsayacak şekilde kaleme alınmıştır. Şekil-7'de sektördeki anlaşmalar siyah oklarla gösterilmiştir. Tebliğ ile satış

<sup>127</sup> Tebliğ, gerekçesinin maddelere göre detaylandırılmış olmaması, pazar incelemesi veya herhangi bir veriye dayanıp dayanmadığının belli olmaması sebepleriyle Aslan (2006a, 126) tarafından eleştirilmiş ve Tebliğ'in 1400/2002'nin çevirisi niteliğinde olmasından hareketle böyle bir çalışma yapılmadığının anlaşıldığı belirtilmiştir. Ancak, 1998/3'ün uygulanmasına ilişkin olarak RK tarafından yayımlanan Değerlendirme Raporu'nda yapılan anketler ve araştırmalar sonucunda sektör özelinde ulaşılan bulguların yer alıyor olması ve gerekçede bir nevi bunların özetine yer veriliyor olması sebebiyle anılan eleştiriye katılmak mümkün görünmemektedir.

ile satış sonrası hizmetler arasında bağlantı olduğuna yönelik varsayım terk edildiğinden dağıtıcılar faaliyetlerini sadece satış veya satış sonrası ile sınırlı tutabilmektedirler ve üreticiler dağıtıcıların 3S olup olmamalarına göre farklı prim sistemi uygulayamamaktadırlar.

Şekil 7: 2005/4 sayılı Tebliğ’le Kapsanan Anlaşmalar



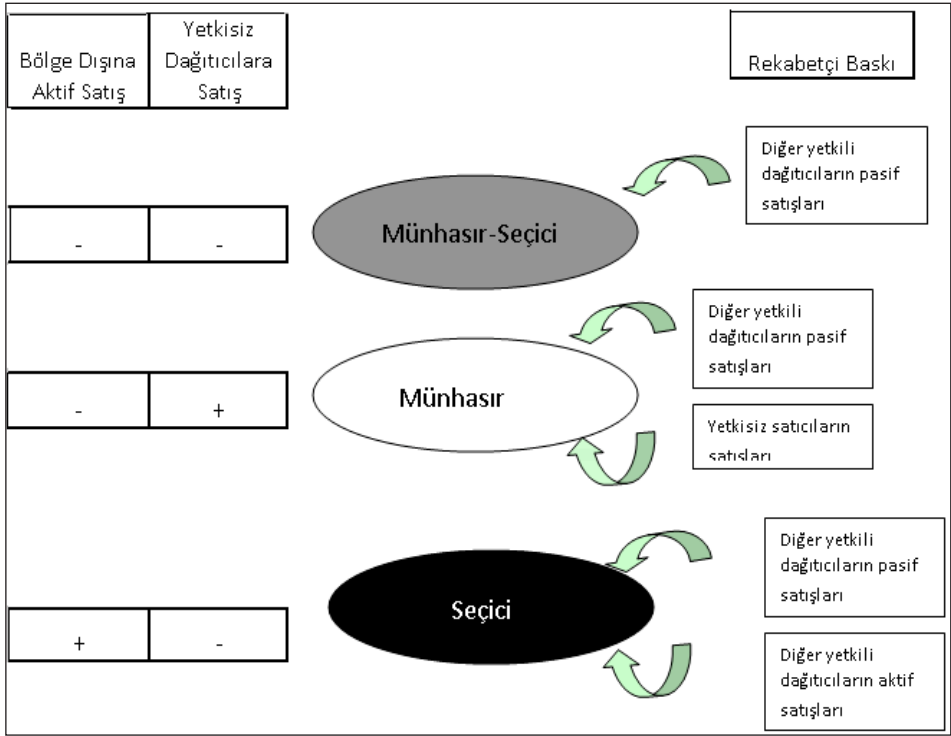
Ayrıca, ekonomik yaklaşım gereği, dikey kısıtlamaların uygulanabilmesi için pazar payı eşliği getirilmiş; seçici-münhasır dağıtım sistemi birlikteliğine son verilmiştir. Eşiklere ilişkin olarak Şekil-6 Türkiye için geçerli olmakla birlikte, tek farklılık de minimis kuralının olmayışıdır. Satış sonrası pazarda niceliksel dağıtım sistemi uygulanabilmesi için satış pazarından daha yüksek bir eşik belirlenmesinin gerekçesi olmadığı yönünde değerlendirmeler de mevcuttur (İnan 2008, 10). Bu farklılığın altında, Rekabet Kurumunun da AB Komisyonu gibi satış sonrası pazar bakımından daha fazla rekabetçi endişeye sahip olmasının yattığı söylenebilir.

AB’de ortak pazar hedefini gerçekleştirmeye yönelik olan seçici-münhasır sistem birlikteliğinin ayrılması hükmüne 2005/4 sayılı Tebliğ’de yer verilmesine gerek olmadığını düşünen yazarlar bulunmaktadır (Taşdemir 2009, 176); ayrıca 2005/4 sayılı Tebliğ öncesi çalışmalarda Taslak Tebliğ’e üreticilerden gelen en büyük eleştiri de bu yöndedir (Gazioğlu 2005, 67). Ancak münhasır-seçici dağıtım sisteminin ayrılması, tek pazar hedefinin yanında marka içi rekabetin artırılması

hedefiyle de yakından ilişkilidir<sup>128</sup>. 2005/4 sayılı Tebliğ'in temel amaçlarından biri de marka içi rekabetin tesisi olduğundan Tebliğ'de sistemlerin ayrılmasını içeren hükme yer verilmesi anlaşılabilir. Aslında bu birliktelik, Komisyonca belirtildiği gibi sektörün gerçeklerine uymamaktadır.

Rekabet Kurumu (2003, 7) seçici-münhasır dağıtım sistemlerinin birlikteliğinin marka içi rekabeti ve markalar arası fiyat rekabetini sınırlama eğilimi taşıdığını ve yetkili satıcıların müşteri arama güdüsü ve fiyat rekabetinde bulunma kabiliyetini sınırlandırdığını kabul etmiştir. Şekil-8'de seçici-münhasır sistemin dağıtıcılar üzerinde yarattığı rekabet baskısının diğerlerine göre daha az olduğu ortaya konmuştur.

**Şekil 8:** Dağıtım Sistemlerinde Rekabet Baskısı



Türkiye pazarında araç üreticileri, pazar payları %30'u aşmadığından münhasır veya seçici dağıtım sistemlerinden istediklerini uygulayabilecekken, satış sonrası hizmetlerde; pazarın marka özelinde tanımlanmasından dolayı eşik aşılacak ve teşebbüsler niteliksel seçici dağıtım sistemini uygulamak ve kriterleri sağlayan tüm teşebbüsleri yetkili servis olarak atamak zorunda kalacaklardır.

<sup>128</sup> Benzer görüş için bkz: (Gazioğlu 2005, 67).

Yetkili servislerin faaliyet bölgelerine kısıtlama getirilememesi de eleştiri konusu olmuş, ekonomik bakımdan istikrarsız olan Türkiye’de üretici firmanın tecrübelerinden yararlanmadan yapılacak yatırımların kaynakların etkinsiz kullanımına yol açabileceği belirtilmiştir (Aslan 2004, 178). Ancak ülkemizde, bakım/onarım hizmetleri daha çok küçük işletmeler tarafından gerçekleştirilmekte ve bu nedenle bu teşebbüslerin bağımsızlığına ilişkin hükümler büyük önem taşımaktadır. Nitekim Taşdemir (2009, 178) Türkiye’de aktörler arasında AB’ye göre daha büyük güç dengesizliklerinin olduğunu belirterek yetkili servislerin fırsat gördükleri yerde atölye açmaları hükmünün yararlı olduğunu savunmuştur.

Hangi dağıtım sistemi seçilirse seçilsin araç üreticileri, dağıtıcılarının rakip markalı araçları satmalarını, rakip marka araçlara servis hizmeti verilmesini veya başka kaynaklardan yedek parça temin edilmesini kısıtlayamayacaklardır. Buna ilaveten, çok markalılığı caydıracağından, sağlayıcılar çok markalı dağıtıcılarına farklı prim sistemi uygulayamayacaklardır. Bununla birlikte, Aslan (2004, 175), Türkiye pazarında markalar arası rekabetin zaten mevcut olduğunu; bu nedenle rekabet yasağının dağıtımda etkinleşmenin sağlanması bakımından gerekli olduğunu savunmuştur. Ancak, bazı yazarlar, yetkili satıcı başına düşen araç sayısının AB’nin gerisinde olması, ülkemizde ani değişen ekonomik koşulların yetkili satıcıların bağımsızlığını nispeten daha olumsuz etkilemesi (Gazioğlu 2005, 69) ve taşradaki satıcıların maliyetlerinin düşmesine katkı yapacak olması sebebiyle (Taşdemir 2009, 177) rakip marka araç ve hizmet sağlanmasına ilişkin hükme destek vermişlerdir. Markalar arası rekabetin sağlanmasında önemli bir araç olan çok markalılık esasında dağıtıcıların; üreticilere karşı güçlü olması, pazara girişlerin kolaylaşması ve küçük illerde temsil edilen marka sayısının artırılması gibi önemli etkilere de sahiptir.

AB’yle benzer şekilde, ek satış yeri açma ve fesih sürelerine ilişkin düzenlemeler, 2005/4 sayılı Tebliğ’de aynen yer almıştır. Bu hükümler pazardaki rekabeti arttırmayı amaçlamalarının yanında; dağıtıcıları, üreticiler karşısında daha güçlü kılmayı hedeflemektedir.

Yedek parça üreticilerinin pazara girmesinde sıkıntılar yaşamasından hareketle 2005/4 sayılı Tebliğ’de orijinal ve eşdeğer yedek parça tanımları yapılmıştır. Orijinal yedek parçalar;

1. Motorlu taşıt üreticisi tarafından üretilen parçalar,
2. Motorlu taşıt üreticisine yedek parça üreticisi tarafından sağlanan parçalar,



3. Yedek parça üreticisinin, motorlu taşıt üreticisinin üretim standartlarına göre çoğunlukla aynı üretim bandında ürettiği, ancak ona sağlamadığı parçaları

kapsayacak şekilde tanımlanmış ve eşdeğer parçalar ise; bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla eşdeğer kalitede olan parçalar olarak nitelenmiştir. Araç üreticisi sadece garanti kapsamında yapılan tamir, ücretsiz bakım ve geri çağırma kapsamındaki servis hizmetlerinde kendisinden sağlanacak orijinal parçaların kullanımını zorunlu tutabilmektedir<sup>129</sup>. Ayrıca parça üreticisiyle yaptığı anlaşmada araç üreticisi; parça üreticisinin yetkili veya bağımsız teşebbüslere satış yapmasını ve araç üreticisine sağladığı ürünlerinin üzerine kendi marka ve logosunu koymasını kısıtlayamamaktadır. Tüm bu düzenlemeler, parça üreticilerinin pazara erişimini sağlamayı amaçlamaktadır. Rekabet Kurumu (2003, 13)'na göre, parça üreticilerinin, ürettikleri orijinal parçaların araç üreticileri kanalıyla yetkili servislere ulaşması, parça fiyatlarında ortalama olarak %35'lik bir artışa neden olmaktadır. Bu teşebbüslerin pazara doğrudan erişiminin mümkün olması sayesinde bakım/onarım maliyetlerinin düşeceği, yetkili servislerin araç üreticilerine olan bağımlılığının azalacağı beklenmektedir. Bağımsız tamircilerin rekabeti de satış sonrası hizmetlerde fiyat düşüşlerine neden olacaktır. 1998/3 sayılı Tebliğ'de bağımsız teşebbüslerin uygun bir bedel karşılığında teknik bilgiye erişim sağlamaları düzenlenmiş olmakla birlikte; 2005/4 sayılı Tebliğ'le bu hak güçlendirilerek araç üreticilerine yetkili servisler ile bağımsız teşebbüsler arasında ayırım yapmayacak şekilde her türlü teknik bilgiyi talep etmeleri halinde bağımsız servislere verme zorunluluğu getirilmiştir. Bağımsız teşebbüslerin faaliyette bulunabilmelerini amaçlayan diğer bir hüküm; araç üreticilerinin, yetkili servislerinin bağımsız tamircilere parça satışını kısıtlayamamasıdır. Bu kural, teknik bilgidekinin aksine, üreticileri belli bir ödev altında bırakmamaktadır. Zira ne araç üreticisinin ne de yetkili dağıtıcının bağımsız tamirciye yedek parça sağlama zorunluluğu bulunmamakta, sadece bu satışlar üretici tarafından engellenememektedir.

Bu açıklamalardan anlaşılacağı üzere; Tebliğ dağıtım sistemlerinde araç üreticisinin güçlü konumda bulunmasının yaratacağı olumsuz sonuçları engellemeye çalışmakta; bu kapsamda sektörde gerçekleşecek sözleşmeler için pazar payı eşikleri getirmekte, yetkili dağıtıcı bağımsızlığına önem vermekte ve bağımsız yedek parça ve bakım/onarım pazarının etkin bir alternatif olmasını hedeflemektedir. Ancak Tebliğ hükümleri bazı açılardan da eleştirilmektedir. Eleştirilerin başında, Tebliğ'in Türkiye şartlarına uygun tasarlanmadığı ve mehaz

<sup>129</sup> Bunun haricinde de eşdeğer parça kullanılması halinde, müşterinin önceden bilgilendirilmesini ve faturada bu parçaların markalarının gösterilmesini isteyebilir.

Tüzük'ün bir çevirisi olması gelmektedir (Aslan 2004, 173; Taşdemir 2009, 176). Bu eleştiri büyük ölçüde haklı olmakla birlikte; Türkiye pazarında pek rastlanmayan ama AB düzenlemesinde yer bulan teşebbüs birlikleri ve üyeleri arasında gerçekleşen dikey anlaşmalara ve daha ziyade sağdan direksiyonlu araçlar için getirilmiş olan tek pazar hedefine yönelik temin edilebilirlik hükümlerine Tebliğ'de yer verilmemiştir. Ama yine de özellikle pazar payı eşiklerinin tespitinde ve sözleşmesel yükümlülüklerle yönelik hükümlerde Türkiye pazarı özelinde çalışmaların yapılmasının faydalı olabileceği düşünülmektedir.

### **3.3. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ'İN UYGULAMASI**

2005/4 sayılı Tebliğ'in ayrıntılı ve karmaşık düzenlemeler öngörüyor olması sebebiyle açıklayıcı bir Kılavuz<sup>130</sup> yayımlanmış ve bununla sektördeki oyunculara yol gösterilmesi amaçlanmıştır. Buna rağmen sayısı fazla olmasa da, sözleşmelerinin Tebliğ'le uyumlu olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla teşebbüslerce Rekabet Kurumu'na yapılan başvurulara rastlanmaktadır<sup>131</sup>. Tebliğ'in yaklaşık 5 yıllık uygulama sürecinde, Rekabet Kurumunun aldığı kararlar, Tebliğ hükümlerinin yorumu ve uygulanmasına açıklık kazandırmıştır.

Tebliğ kapsamındaki şikayet ve muafiyet başvuruları AB ile benzer şekilde düzenlenen üçlü değerlendirme süreci çerçevesinde incelenmiştir. Anlaşmaların, ilk olarak Tebliğ'in 4. maddesinde yer alan genel koşulları sağlaması aranmış, sonrasında 5. maddede düzenlenen ve anlaşmanın tümünü kapsam dışına çıkaran ağır kısıtlamaları içerip içermediğine bakılmıştır. Son aşamadaysa 6. maddede sayılan ve muafiyetten yararlanmayan kısıtlamaların varlığı incelenmiştir. Bu bölümde, Tebliğ'in uygulaması değerlendirilirken de bu sistematığe uyulacak ve bu maddelerdeki hükümlerin yorumlanmasına ilişkin kararlara yer verilecektir.

#### **3.3.1. 2005/4 Sayılı Tebliğ'in 4. Maddesinde Düzenlenen Şartlar**

Tebliğ'in 4. maddesi muafiyetten yararlanılabilmesi için gerekli koşulları saymaktadır. Bunlar Şekil-9'da gösterilmektedir.

<sup>130</sup> 2005/4 Sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği'nin Açıklanmasına Dair Kılavuz.

<sup>131</sup> 29.3.2007 tarih, 07-29/263-94 sayı; 14.8.2008 tarih, 08-50/740-296 sayı; 14.12.2006 tarih, 06-90/1148-342 sayı; 24.4.2007 tarih, 07-34/346-126 sayı; 24.4.2007 tarih, 07-34/345-125 sayı.



### 3.3.1.1. Fesih Şartlarına İlişkin Düzenlemeler

2005/4 sayılı Tebliğ'e göre, sözleşmeler asgari beş yıl için kurulmalı ve süre bitiminde yenilememe isteği altı ay öncesinden dağıtıcıya bildirilmelidir. Yenilememe isteğinin objektif gerekçeye dayanması gerekmektedir<sup>132</sup>. Ayrıca, yenilememe isteğinin bildirilmemesi durumunda sözleşme sonlanmayacak ve belirsiz süreli hale gelecektir<sup>133</sup>. Bununla birlikte, bu beş yıllık süre dolmadan, tarafların sözleşmeden doğan yükümlülüklerini yerine getirmemeleri durumunda Borçlar Kanunu uyarınca sözleşmeyi feshetme hakları saklıdır. Sözleşmenin yenilenerek belirsiz süreli hale gelmesi durumunda feshi ihbar süresinin en az iki yıl olması ve feshin objektif gerekçelere dayanarak yazılı olarak bildirilmesi gerekmektedir<sup>134</sup>. Bu süreyi bir yıla indiren iki hal mevcuttur. Bu hallerden ilki kanundan veya anlaşmadan dolayı uygun bir tazminat ödenmesinin ve diğeri dağıtım sisteminin yenilenmesinin zorunlu olmasıdır. İkinci haldeki, zorunluluğun Kanun'dan kaynaklanan bir zorunluluk olmasının gerekmediği düşünülmektedir<sup>135</sup>. Kurul kararlarında, dağıtım sisteminin yenilenmesinin gerekliliği tespitinin Rekabet Kurumu tarafından yapılamayacağını, bu konunun yetkili mahkemelerce çözülmesi gerektiğini belirtmiştir<sup>136</sup>.

Feshi ihbar süreleri ve feshin haklı gerekçelere dayandırılması, muafiyetten yararlanmanın bir koşulu olmakla birlikte; açık bir rekabet ihlali niteliği taşımamaktadır. Bu husus 8.1.2009 tarih, 09-01/8-7 sayılı Rekabet Kurulu Kararında şu şekilde ifade edilmiştir:

... 2005/4 sayılı Tebliğ yetkili satıcı ve servisleri sağlayıcı karşısında korumayı amaçlayan muhtelif hükümler içermektedir. Bu tür hükümler bireysel olarak değerlendirildiklerinde 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi altında değerlendirilebilecek nitelikte hükümler olmayıp, yetkili

<sup>132</sup> Kılavuz Soru 50.

<sup>133</sup> Dikey Tebliğ madde 5 "*Kendiliğinden yenilenen sözleşmeler belirsiz hale gelecektir.*"

<sup>134</sup> İnan (2008, 11), burada sözleşmedeki her 5 yıllık süre için 6 aylık feshi ihbar bildirimini yapılması gerektiğini savunmaktadır. Aslan (2006a, 156) ise sözleşmenin belirsiz hale gelmesinden dolayı 2 yıllık feshi ihbar süresinin geçerli olduğunu, ama 2 yıl öncesinden bildirim yapıldığında objektif gerekçeye dayanmak zorunda olmadığını savunmaktadır. Ancak Kılavuz'un 49. sorusu bildirim objektif gerekçeye bağlı olmasının özellikle belirsiz süreli anlaşmaların hiçbir gerekçe gösterilmeksizin feshedilmesini ve bu şekilde anlaşmaların fiilen 2 yıl süreli olmasını önlemek amacıyla getirilmiş bir düzenleme olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle 2 yıl öncesinden yapılan feshi ihbarların da gerekçeli olması gerekmektedir. Aksi halde bu hükmün uygulama alanı kalmamaktadır. Çünkü Tebliğ anlaşmanın ana yükümlülüklerinden birinin ihlali halinde fesih hakkının etkilenmediğini zaten belirtmiştir.

<sup>135</sup> 1400/2002-Açıklayıcı Broşür'un 68. sorusunda, reorganizasyon ihtiyacının rakiplerin davranışları veya diğer ekonomik gelişmelerden kaynaklanabileceği belirtilmiştir.

<sup>136</sup> 11.3.2009 tarih, 09-11/213-64 sayı; 15.5.2008 tarih, 425-151 sayı; 10.4.2008 tarih, 08-28/323-107 sayı. AB 1400/2002-Açıklayıcı Broşür'un 68. sorusunda benzer bir yaklaşım sergilemiştir.

satıcıların sağlayıcı karşısındaki bağımsızlıklarının güçlendirilmesi ile daha rekabetçi bir pazar yapısının oluşabileceği düşüncesiyle dercedilmişlerdir. Bu nedenle her ne kadar muafiyetin genel koşulları arasında düzenlenmiş olması dolayısıyla, uyulmaması halinde sözleşmenin bir bütün halinde grup muafiyeti kapsamı dışına çıkması olasılığı söz konusu olsa da, söz konusu hükümlere uyulmaması başlı başına bir rekabet ihlali yapıldığı anlamına gelmemektedir. Buna karşılık ilgili hükümlerin muafiyetin bir koşulu olarak sözleşmede yer almış olması nedeniyle, şikayet konusunda olduğu gibi, aykırı hareket edilmesi özel hukuk uyuşmazlığını ortaya çıkarmaktadır.

Başlı başına rekabet ihlali oluşturmayan fesih süre ve koşullarına ilişkin düzenlemeler aslında taraflar arasındaki sözleşmesel ilişkiye müdahale etmektedir. Bu müdahaleyle beklenense dağıtıcıların güç ve bağımsızlığının geliştirilmesi suretiyle dolaylı yoldan rekabetin arttırılması olmaktadır. Ayrıca, Rekabet Kurumu böyle bir müdahale öngörmekle beraber aykırı hallerle ilişkin etkili yaptırımlar uygulamaktan uzaktır. Fesihle ilgili hükümlere uyulmaması dolayısıyla hiçbir teşebbüse soruşturma açıl(a)mamıştır. Hükümlerin tek başına rekabet ihlali oluşturmamaları; aykırılık hallerinin 4054 sayılı Kanun'un rekabet ihlallerini düzenleyen maddeleri kapsamında değerlendirilmesini engellemekte ve bu nedenle feshi ihbar sürelerine uyulmamasına karşı soruşturma yolu kullanılamamaktadır. 1998/3 sayılı Tebliğ'in yürürlük döneminde feshi ihbar sürelerine uyulmamasının sözleşmenin muafiyetten yararlanmasını engellediği fakat diğer hükümlerde açık ihlal bulunmaması durumunda soruşturma açılmasına gerek olmadığına yönelik 29.1.2004 tarih, 04-09/79-21 sayılı kararı Danıştay Onüçüncü Dairesi'nce onanmıştır<sup>137</sup>. Bir önceki Tebliğ döneminde alınmış bir karar olsa da; kararın bundan sonraki uygulamalar bakımından yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Nitekim 2005/4 sayılı Tebliğ döneminde de, Rekabet Kurulu fesih sürelerine uyulmaması durumunda 4054 sayılı Kanun'un 9/3. maddesi çerçevesinde teşebbüslere görüş göndermeyi tercih etmiştir<sup>138</sup>.

Bununla birlikte, Kanun'un 9/3. maddesi "*Kurul, (...) ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerine ihlale ne şekilde son vereceklerine ilişkin görüşlerini yazılı olarak bildirir*" ifadesi ile aslında bu maddenin uygulanabilmesi için bir rekabet ihlalinin tespit edilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla Kurul, fesih sürelerine uyulmaması halinde Kanun'un 9/3. maddesini işleterek aslında bir ihlal tespiti yapmaktadır. Hâlbuki Rekabet Kurulu bu hükümlere aykırılığın tek başına rekabet ihlali oluşturmadığını belirtmiştir. Bununla birlikte, açık rekabet ihlali oluşturmayan böyle bir durumda soruşturma yoluna başvuramayan

<sup>137</sup> 12.12.2006 tarih, E.2005/1724, K.2006/4710 ve E.2005/1722, K.2006/4711 sayılı kararları.

<sup>138</sup> 15.7.2009 tarih, 09-33/732-170 sayı; 11.3.2009 tarih, 09-11/213-64 sayı.

Kurul'un elinde 9/3. madde dışında kullanabileceği bir araç bulunmamaktadır. Teşebbüslere görüş gönderilmesi, sözleşmelerin tadil edilmesini veya fiili olarak aykırılıkların bir daha gerçekleşmemesini sağlayabilmektedir.

Feshin haklı gerekçeye dayandığının veya sözleşmelerdeki ana yükümlülüklerinin neler olduğunun belirlenmesi noktasında da Rekabet Kurumu yaptığı düzenlemenin özel hukuk ilişkisi doğurduğunu kabul etmiş ve haklı gerekçenin varlığına ilişkin tespiti yetkili yargı organlarına bırakmıştır<sup>139</sup>. Bu noktada İnan (2008, 12-13) Tebliğ'de yer alan feshin haklı gerekçeye dayanması yönündeki düzenlemede yer alan "haklı" ifadesinin genel olduğu, hukuka uygun anlamına gelmediği, zaten hukuka uygun gerekçenin bulunması halinde sözleşmenin her zaman feshedilebileceğini belirterek Tebliğ'in 4(b) maddesindeki "...sağlayıcının karşı tarafın bu Tebliğ uyarınca sınırlanamayacak davranışlarda bulunması nedeniyle anlaşmayı feshi ihbarla sona erdirmesini engellemek..." ifadesinden hareketle "haklı" kelimesiyle kastedilenin rekabeti kısıtlamayan anlamına geldiği sonucuna ulaşmaktadır.

Bir sonraki bölümde ele alınacak olmakla birlikte, hem rekabeti dolaylı yoldan tesis etmeyi amaçlayan hem de aksi durumda yaptırım mekanizmalarının sınırlı olduğu, buna rağmen özel hukuk alanına müdahale eden bu hükümlerin gerekliliği ve etkisinin tartışmalı olduğu belirtilmelidir.

### 3.3.1.2. Niteliksel Kriterler ve Yetkili Servis Atanmaya İlişkin Düzenlemeler

Tebliğ'in 3(g) maddesinde niteliksel seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, dağıtıcılar veya yetkili servisler için sadece niteliksel olan, anlaşma konusu mal veya hizmetlerin niteliğinin gerektirdiği, dağıtım sistemine katılmak için başvuran tüm aday teşebbüsler için aynı olacak şekilde belirlenen, ayrımcı bir biçimde uygulanmayan ve dağıtıcıların/yetkili servislerin sayısını doğrudan sınırlamayan ölçütlerin kullandığı bir sistem olarak tanımlanırken 3(f) maddesinde niceliksel seçici dağıtım sistemi, sağlayıcının, dağıtıcılarını/yetkili servislerini seçerken onların sayılarını doğrudan sınırlandıracak ölçütler kullandığı seçici dağıtım sistemi olarak belirtilmiştir. Kılavuz'un 54. sorusunda bu konuya açıklık getirilmiş; esas belirleyicinin, kriterin hizmet ile doğrudan ilişkilendirilebilmesi olduğu belirtilmiştir. Buna göre, belirli bir modele ait aracın yüksekliği ve söz konusu araca verilecek hizmetlerde servis elemanlarının çalışabilmeleri için ihtiyaç duyulan çalışma alanı nedeniyle yetkili servisin hizmet vereceği binanın yüksekliğine ilişkin olarak getirilecek sayısal kriterler, bakım-onarım işinin gerekleriyle ilişkilendirildiği için niteliksel kriter olarak kabul edilebilecektir.

<sup>139</sup> 8.1.2009 tarih, 09-01/8-7 sayı; 10.4.2008 tarih, 08-28/325-108 sayı. AB 1400/2002- Açıklayıcı Broşür'ün 69. sorusunda benzer bir yaklaşım sergilemiştir.

Personelin eğitim durumu ve teknik yeterliliği, bilgisayarlı ve elektronik cihazları kullanabilmesi, araçların bakım-onarımının belirli bir sürede tamamlanması, müşterilerin gerekli olandan fazla bekletilmemesi gibi kriterler de niteliksel kriterlerdir.

Niteliksel kriterler özellikle bakım/onarım pazarı açısından önem taşımaktadır, çünkü bu pazarlarda sağlayıcılar pazar payı eşiği sebebiyle sadece niteliksel seçici dağıtım sistemi uygulayabilmektedirler. Satış sonrası hizmetlerde niceliksel dağıtım sistemi uygulamaya yönelik Rekabet Kurumuna yapılan başvurularda pazar payı eşiğini aşan teşebbüslere bireysel muafiyet tanınmamıştır<sup>140</sup>. Ancak satış sonrası pazarda araç sağlayıcılarının pazar payının her zaman %30'u aştığı kabulüne karşın nadir de olsa eşiğin aşılmadığı durumlar söz konusu olabilmektedir. Bu durumda Rekabet Kurumu, niceliksel dağıtım sisteminin uygulanabileceğini belirtmiştir<sup>141</sup>.

Niteliksel dağıtım sisteminde, yetkili servis sayısına kısıtlama getirilemediğinden Kılavuz'un 53. sorusunda belirtildiği üzere, kriterler sağlanır sağlanmaz teşebbüsün yetkili servis olarak atanması gerekmektedir. Bununla birlikte, kriterlerin niteliği hakkındaki değerlendirmenin kim tarafından yapılacağına ilişkin Tebliğ ve Kılavuz'da herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Rekabet Kurulu kararlarının bir kısmında kriterlerin niteliksel olup olmadığının değerlendirildiği<sup>142</sup> ama bazılarında ise bu değerlendirmenin mahkeme veya bilirkişilere bırakıldığı<sup>143</sup> görülmektedir. Ekipman gereksinimi, fiziksel standartlar, hizmete ilişkin açıklamalar<sup>144</sup> gibi bazı hükümler işin gerekleriyle kolayca ilişkilendirilebilirken veya yetkili servis başvurusu yapan teşebbüsün yöneticisi/birinci dereceden yakınının son yedi yıl içerisinde sağlayıcıyla ilişkisini fesih yolu ile kesmemiş olmasının niteliksel olmadığı açıkça görülürken<sup>145</sup> bazı kriterler daha ayrıntılı bir inceleme gerektirmektedir. Bu noktada Rekabet Kurulu kararlarında standardın sağlanabilmesi bakımından ya kriterlerin değerlendirilmesi mahkemelere bırakılmalı veya tüm kararlarda değerlendirme Kurulca yapılmalıdır. İkinci yol seçilirse, bu analizin gerektirdiği teknik bilgiye

<sup>140</sup> 5.4.2007 tarih, 07-30/297-113 sayı.

<sup>141</sup> 22.4.2010 tarih, 10-33/512-186 sayılı kararda, tam tespit edilemese de sektördeki verilerden hareketle Bayraktar'ın pazar payının %30'un altında olduğu kabul edilmiştir. Bu çalışma tarihi itibarıyla yayımlanmamış olan 17.8.2011 tarih, 11-45/1065-367 sayılı kararda Fiat marka servis ağıının pazar payının ve yedek parça ağıının pazar payının %30'un altında olduğu ortaya konmuştur.

<sup>142</sup> 25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayı; 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı; 15.5.2008 tarih, 08-33/425-151 sayı.

<sup>143</sup> 14.8.2008 tarih, 08-50/738-294 sayı; 16.9.2009 tarih, 09-42/1055-267 sayı.

<sup>144</sup> 15.5.2008 tarih, 08-33/425-151 sayı.

<sup>145</sup> 25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayı.



sahip olunmaması sebebiyle uzman kişilerden yardım alınması gerekecektir. Ancak, bu kişilerin nasıl bulunacağı, çalışmanın niteliği ve bu kişilere ücret ödenip ödenmeyeceği, cevaplanması zor olan sorulardır. Bu nedenle, değerlendirmenin mahkemelere bırakılması hem daha doğru bir sonuca ulaşılmasına hem de usul bakımından etkinliğin sağlanmasına yardımcı olacaktır.

Rekabet Kurumu aslında kriterlerin niteliksel olup olmadığından çok ayrımcı olup olmadığı ile ilgilenmektedir<sup>146</sup>. Kılavuz'un 53. maddesi, kriterlerin ilgili markanın dağıtıcılığını yapan ile yapmayan yetkili servisler ve sadece servis hizmeti veren teşebbüslerle 3S dağıtıcılar arasında ayırım yapmayacak şekilde düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Kurul kararlarında, eşit durumdaki tüm teşebbüsler için aynı kriterlerin öngörülüp öngörülmediği ve bu çerçevede giriş engeli yaratıp yaratılmadığına bakılmaktadır<sup>147</sup>. Başvurunun ne zaman sonlanacağına ilişkin belirsizliğin ve sürenin teşebbüsler arasında büyük oranda farklılık göstermesinin de ayrımcılık yarattığına hükmedilen kararlar bulunmaktadır<sup>148</sup>. Bununla birlikte, büyük şehirlerle küçük şehirlerde faaliyet gösteren servisler için farklı kriterler öngörülebilmektedir<sup>149</sup>.

Konuyla ilgili Rekabet Kurumunun sıklıkla önüne gelen şikayetlerin sonucusuysa kriterlerin karşılanmasına rağmen yetkili servis atanmasının yapılmaması veya geciktirilmesidir. Kılavuz'un 53. maddesinde niteliksel kriterler sağlanır sağlanmaz ilgili teşebbüsün yetkili servis olarak atanması gerektiği belirtilmiştir. Yine Kılavuz'un 52. maddesine göre, kriterler şeffaf bir şekilde açıklanmalı ve teşebbüsler bu kriterleri nasıl yerine getireceklerini bilmelilerdir. Rekabet Kurulu, kararlarında sağlayıcıların fiziksel ve finansal standartlar getirebileceklerini; ancak tüm kriterlerin başvuru esnasında aday teşebbüse bildirilmesi gerektiğini belirtmiştir<sup>150</sup>.

Kriterler sağlanmasına rağmen atamanın yapılmamasına ek olarak yetkili servislik başvurusunun bekletilmesi, denetimlerin ve atamanın geciktirilmesi

<sup>146</sup> 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı; 16.9.2009 tarih, 09-42/1055-267 sayı; 14.8.2008 tarih, 08-50/738-294 sayı. 25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayılı kararda kriterlerin niteliksel olup olmadığı değerlendirilmesi yapılmış ve sonrasında bu kriterlerin tüm teşebbüsler açısından geçerli olup olmadığı incelenmiştir.

<sup>147</sup> 14.8.2008 tarih, 08-50/738-294 sayı; 16.9.2009 tarih, 09-42/1055-267 sayı.

<sup>148</sup> 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı.

<sup>149</sup> Kılavuz 56. soru.

<sup>150</sup> 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayılı kararda, finansal kriterlerin başvuru esnasında diğer niteliksel kriterler arasında bildirilmediği fakat fiziksel kriterlerin yerine getirilmesinden sonra öne sürüldüğü iddialarına ilişkin olarak adayın fiziksel standartlar yerine gelinceye kadar mali standartların ne olduğunu bilmemesinin bunu karşılayamayacak teşebbüslerin fiziksel yatırımlarının boşa gitmesine neden olacağı belirtilmiş ve tüm kriterlere ilişkin bilgilendirmenin başvuru anında yapılması durumunda adayın başvuruya ilişkin kararını verebileceği ifade edilmiştir.



de Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmektedir. Sağlayıcının aday teşebbüslere kriterleri kırk beş gün içerisinde bildirmesi<sup>151</sup> ve denetim sonuçlarının bildirilmesinin bir yılı bulması uzun bir süreç olarak nitelenmiş; bunun teşebbüsler açısından belirsizlik yarattığı ve teşebbüsler arasında ayrımcılığa yol açtığı değerlendirilmiştir<sup>152</sup>. Böyle durumlarda sözleşmelerin niteliksel dağıtım sistemine uymadığı gerekçesiyle muafiyet kapsamı dışında olduğu belirtilerek Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri sonucuna ulaşılmıştır<sup>153</sup>.

Kriterlerin karşılanıp karşılanmadığına ilişkin denetimi, sağlayıcı bizzat yapabileceği gibi üçüncü bir kişiye de yaptırabilmektedir. Önemli olan denetim ücretinin başvuruları caydıracak kadar yüksek olmamasıdır. Bu noktada, Rekabet Kurumu ücretin caydırıcı olup olmadığına değerlendirilmesi gibi zor bir görevi yüklenmektedir. 1.11.2007 tarih, 07-83/1003-388 sayılı Rekabet Kurulu kararında; herhangi bir hizmet için belirlenen ücretin yüksek olup olmadığına ilişkin rekabet otoritesi müdahalesinin istisnai olduğu ve bu tespitin çok sayıda yetkili servis adayının belirlenen bedel nedeniyle ağa girememeleri halinde yapılabileceği belirtilmiştir. Mevcut durumda konuya ilişkin sadece bir adet başvurunun bulunması ücretin caydırıcı olduğu sonucuna ulaşmakta yetersiz bulunmuştur.

Kriterlere ilişkin Tebliğ'e aykırı hallerde Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği kabul edilen sözleşmeler bireysel muafiyet incelemesine tabi tutulmuş ancak bu uygulamaların aday teşebbüslerin bakım/onarım pazarına girişini engellemesi sebebiyle Kanun'un 5. maddesinin (c) bendinde öngörülen "*ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması*" şartını sağlamadığı ifade edilmiştir. Bu noktada; soruşturma açılması halinde ulaşılan bulgularda bir değişiklik olmayacak olması ve usul ekonomisi gerekçeleriyle teşebbüslere görüş gönderilmesi tercih edilmiştir<sup>154</sup>.

### 3.3.2. 2005/4 Sayılı Tebliğ'in 5. Maddesinde Düzenlenen Şartlar

Tebliğ'in 5. maddesinde anlaşmaları grup muafiyeti kapsamından çıkaran ağır kısıtlamalar düzenlenmiştir. Bunlar arasında dağıtıcının kendi satış fiyatını belirleyebilme serbestisinin engellenmesi, satış yapabileceği müşterilere ilişkin kısıtlamalar getirilmesi veya seçici dağıtım sistemi üyelerinin birbirleriyle yapacakları alışverişin engellenmesi gibi genel nitelikteki 2002/2 sayılı

<sup>151</sup> Kılavuz 52. maddede hemen verilmesi düzenlenmiştir.

<sup>152</sup> 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı.

<sup>153</sup> 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı; 25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayı. Ayrıca, 2.9.2010 tarih, 10-57/1165-446 sayılı kararda, yetkili servislik başvurusunun 4 ay cevaplanmaması uzun bir süre olarak değerlendirilmiş ve kriterlerin değişeceği gerekçesiyle başvurunun beklemeye alınması ve yeni kriterlerin 1 yıl sonra açıklanması Tebliğ'e ve Kanun'un 4. maddesine aykırı bulunmuştur.

<sup>154</sup> 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı; 25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayı; 2.9.2010 tarih, 10-57/1165-446 sayı.

Tebliğ'de<sup>155</sup> de bulunan kısıtlamalar yer almaktadır. Bunlara ek olarak, yetkili servislerle bağımsız tamirciler ve yedek parça üreticilerinin haklarını korumak amacıyla 2005/4 sayılı Tebliğ'de özel bazı kurallar öngörülmüştür. Şekil-10'da Tebliğ'in 5. maddesindeki kısıtlamalar gösterilmektedir.

**Şekil 10:** Anlaşmayı Muafiyetin Kapsamından Çıkaracak Kısıtlamalar

Anlaşmayı Muafiyet Kapsamı Dışına Çıkaracak Sınırlamalar (5. Madde)	
2002/2 ile Benzer Hükümler	2005/4 Özelindeki Hükümler
	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Sağlayıcı</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Dağıtıcı/Servis</div> </div>
Dağıtıcının fiyat belirleyebilme serbestisinin kısıtlanması	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bakım onarım hizmetlerine ilişkin yükümlülüklerin alt anlaşmalar yoluyla devredilmesinin kısıtlanması</li> </ul>
Bölge veya müşteri kısıtlamaları	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faaliyetlerin sadece bakım onarım ve yedek parça dağıtımıyla sınırlı tutma serbestisinin kısıtlanması</li> <li>Yedek parçaların bakım onarımda kullanacak bağımsız tamircilere satışının kısıtlanması</li> </ul>
Perakende seviyesindeki seçici dağıtım sistemi üyelerinin son kullanıcıya yapacakları aktif ve pasif satışların engellenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Orijinal ve Eşdeğer parçaların üçüncü bir teşebbüsten alınımının ve bakım onarımda kullanımının kısıtlanması</li> </ul>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Motorlu Taşıt Üreticisi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Yedek Parça/Teşhis Ekipman Sağlayıcı</div> </div>
Seçici dağıtım sistemi üyelerinin birbirleriyle yapacakları alışverişin engellenmesi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yedek parça sağlayıcısının yetkili ve bağımsız dağıtıcılara satışının kısıtlanması</li> <li>Yedek parça üreticisinin ürettiği yedek parçalarda marka ve logosunu koymasının engellenmesi</li> </ul>
Parçaların birleştirilmesi ile oluşturulan mallarda, bu parçaları satan sağlayıcı ile birleştiren alıcı arasındaki anlaşmalarda, sağlayıcının parçaları son kullanıcılara/malların bakımı veya onarımıyla alıcı tarafından yetkilendirilmemiş tamircilere yedek parça olarak satmasının yasaklanması.	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Motorlu taşıt üreticisi</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Bağımsız teşebbüs</div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>Teknik bilgi verilmemesi</p> </div>

Bu hükümler kapsamındaki şikayetlerin büyük bir kısmı, teknik bilgi verilmemesi, yedek parça temininde yaşanan sıkıntılar ve eşdeğer parçanın tespiti ve kullanımına ilişkin olmuştur.

### 3.3.2.1. Teknik Bilgi Sağlama

Tebliğ, sağlayıcıların bağımsız teşebbüslere teknik bilgi sağlama yönünde bir yükümlülük getirirse de bilgilerin ne suretle paylaşılacağına ilişkin bir düzenleme söz konusu değildir. Tebliğ'de erişimin özellikle bir motorlu aracın elektronik kontrol ve teşhis cihazlarının kısıtlanmadan kullanımını, bu cihazların

<sup>155</sup> Madde 4.

sağlayıcının standart prosedürlerine uygun bir biçimde programlanmasını, tamir/bakım talimatlarını ve teşhis araç ve ekipmanlarını kullanmak için gerekli olan bilgiyi içermesi ve bilgilerin ayrımcılık yapılmadan sağlanması gerektiği düzenlenmiştir. Bu konuyla ilgili şikayetlerin çoğunda eğitim talebinin yerine getirilmediği veya bu çerçevede gerekli tedbirlerin alınmadığı yönünde bulgulara ulaşılmamıştır<sup>156</sup>. Bununla birlikte, yakın tarihli *Borusan* kararında<sup>157</sup>, Kurul, BMW marka araçların bakım ve onarım hizmetlerinde kullanılan muayene makinesi ve söz konusu makineye ilişkin gerekli eğitimlerin özel servislere sağlanmadığına ilişkin iddiaları incelemiş ve bağımsız servislerden gelen teknik bilgi, eğitim ve ekipman taleplerinin karşılanmaması halinde, 2005/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesi uyarınca anılan Tebliğ'in öngördüğü muafiyetten yararlanılamayacağına ilişkin Kanun'un 9/3. maddesi uyarınca görüş gönderilmesine karar vermiştir. Ayrıca *Renault-Trucks* kararında<sup>158</sup> bağımsız teşebbüsün eğitim ve cihaz taleplerinin karşılanmasında yaşanan gecikmelerin teşebbüsün eğitim taleplerinin "tam ve uygun" bir şekilde karşılanmaması anlamına geldiği ve bu nedenle teşebbüsle yetkili servisler arasında ayrımcılık yapıldığı sonucuna ulaşılarak şirketin uygulamalarının Tebliğ'in 5. maddesine aykırılık içerdiği ve Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşılmış; Kanun'un 9/3. maddesi işletilmiştir.

Tebliğ'in 5. maddesi uyarınca teknik bilgi verme yükümlülüğüne aykırılık anlaşmaları grup muafiyeti kapsamında çıkaracaktır ancak bunlara uygulanacak yaptırımın net olmadığı düşünülmektedir. İlk olarak teknik bilgi verme işlemi motorlu taşıt üreticisiyle bağımsız servis arasında gerçekleşirken dağıtım anlaşmaları motorlu taşıt sağlayıcısı ile yetkili dağıtıcı, servis, parça üreticisi veya dağıtıcısı arasında gerçekleşmektedir. Sonuç olarak, sağlayıcı teknik bilgi vermeyi reddettiği için yetkili dağıtıcı/servis aslında sözleşmeye aykırı veya rekabeti kısıtlayan bir işlemi olmamasına rağmen Tebliğ'le sağlanan muafiyetten yararlanmayan bir başka deyişle Kanun'un 4. maddesini ihlal eden bir anlaşmanın tarafı sayılacaktır. Eylem tarafı olmayan bir teşebbüse uygulanacak böyle bir yaptırımın ise yerinde olmayacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte, AB, IKA'nın, araç üreticilerinin bağımsız tamircilere teknik bilgi sağlama yükümlülüklerini yeterince yerine getirmediklerini ortaya koyan raporunun ardından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine tekabül eden TFEU 101. madde kapsamında ayrıntılı bir inceleme başlatmıştır. Komisyon,

<sup>156</sup> 14.8.2008 tarih, 08-50/738-294 sayı; 25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı.

<sup>157</sup> 13.10.2011 tarih; 11-52/1309-460 sayı (Gerekçeli karar yayımlanmamıştır).

<sup>158</sup> 25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayı.

teşebbüslerin davranışlarıyla anlaşmadan kaynaklanabilecek olumsuz etkilerin güçlendirilmesi sebebiyle eylemin TFEU 101'in ihlal ettiği sonucuna ulaşmıştır<sup>159</sup>.

Ancak, teknik bilgi sağlanmamasından kaynaklanan rekabet ihlaline dayanarak açılacak soruşturmada yukarıda belirtilen sakıncadan dolayı teşebbüsler arası anlaşmayı işaret eden Kanun'un 4. maddesinin değil, hakim durumdaki teşebbüslerin tek taraflı rekabete aykırı davranışlarını yasaklayan Kanun'un 6. maddesinin esas alınması gerektiği düşünülmektedir.

Bu durumda, teknik bilgi ve ekipman pazarı olarak tanımlanabilecek ilgili ürün pazarında sağlayıcının hakim durumda bulunup bulunmadığının tespiti gerekmektedir. İlgili pazarın, satış sonrası pazarında olduğu gibi marka özelinde tanımlanması ilkesinin, teknik bilgi bakımından da geçerli olması gerektiği düşünülmektedir. Belli markaya ilişkin teknik bilginin, o markanın üreticisi/sağlayıcısından başka herhangi bir teşebbüs tarafından verilmesinin mümkün olmadığı dikkate alındığında, araç üreticisi/sağlayıcısının hakim durumda olduğunu kabul etmek mümkündür. Bu noktada, Tebliğ'in bağımsız teşebbüslerin pazarda var olabilmelerini teknik bilgi ve yedek parçaya bağladığı hatırlandığında teknik bilginin bağımsız teşebbüsler için zorunlu bir unsur olduğu kabul edilebilecektir veya mal/hizmet vermeyi reddetmenin gerçekleşip gerçekleşmediği değerlendirilebilecektir.

Rekabet Kurulu'nun konuya ilişkin kararlarında bu tartışmaya girmediği sadece uygulamanın Tebliğ'e aykırı olduğu ve Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiğini belirterek Kanun'un 9/3. maddesi çerçevesinde görüş gönderilmesi yoluna gittiği görülmektedir.

### 3.3.2.2. Yedek Parça Erişimi

Sağlayıcı Tebliğ uyarınca, yetkili servislerin bağımsız servislere bakım/onarım amaçlı yedek parça tedarikini kısıtlayamamaktadır. Araç üreticileri genellikle yedek parça satışlarını kendileri gerçekleştirmeyip, yetkili servis ağlarını aynı zamanda parça dağıtımı için de kullanmaktadırlar<sup>160</sup>. Araç üreticilerinin, yetkili servislerinin bağımsız dağıtıcılara, özel servislere veya sigorta şirketlerine yedek parça tedarikini engellediklerine ilişkin Kurum'a yapılan başvurularda

<sup>159</sup> *DaimlerChrysler* (OL 317/76, 5.12.2007), *Fiat* (OJ L 332, 18.12.2007), *Toyota* (OL 329, 14.12.2007), *Opel* (OL 330, 15.12.2007). Ancak teşebbüsler taahhüt mekanizmasını kullanmışlar ve herhangi bir cezaya çarptırılmamışlardır IP/07/409, 23.03.2007. Buna karşın, Karydis ve Zevgolis (2009) bedavacılık problemi yaratacağından dolayı teknik bilgi sağlanmasının kısıtlanması gerektiğini savunmuşlardır.

<sup>160</sup> Fer- Mas Oto Ticaret A.Ş. bunun istisnasını oluşturmaktadır. Bu şirket Ferrari marka araçların ve yedek parçalarının hem Türkiye yetkili distribütörü hem de yetkili satıcısıdır.

engellenmenin gerçekleştiğine dair herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır<sup>161</sup>. Teknik bilgidен farklı olarak bu maddenin ihlalinde Kanun'un 4. maddesinin ihlal edileceğini söylemek mümkündür. Zira burada araç üreticisiyle yetkili servis arasında; bağımsız teşebbüslere parça sağlanmaması yönünde rekabeti kısıtlayan bir anlaşmanın/fiili durumun varlığından söz edilebilir.

### 3.3.2.3. Orijinal ve Eşdeğer Parça Kullanımı

Tebliğ'in 5(j) maddesi uyarınca, sağlayıcılar dağıtıcı veya yetkili servisin orijinal veya eşdeğer kalitedeki yedek parçaları kendi tercih ettiği üçüncü bir teşebbüsten satın almasını ve bunları motorlu araçların bakım/onarımı için kullanmasını engelleyememektedir. Ancak garanti kapsamında yapılan tamir, ücretsiz bakım ve araç geri çağırma işlerinde, motorlu taşıt sağlayıcısı kendisinin sağladığı orijinal parçaların kullanımını zorunlu kılabilir. Bununla birlikte, sağlayıcının garantisi, yetkili veya özel servislerin, garanti süresi içerisindeki, ancak garanti kapsamında olmayan ve ücret karşılığı sunulan normal bakım ve onarımlar için sağlayıcı tarafından sağlanan orijinal yedek parçaları kullanmasını zorunlu kılamamaktadır<sup>162</sup>. Ancak söz konusu parçalar nedeniyle herhangi bir arıza olması halinde, garantinin sona erip ermeyeceği hususunun genel hükümler çerçevesinde çözülmesi gerekmektedir<sup>163</sup>.

Eşdeğer parça satışının engellenmemesi Rekabet Kurumunun hassasiyetle yaklaştığı bir konu olmuştur<sup>164</sup>. 29.3.2007 tarih, 07-29/265-96 sayılı kararında, Kurul, yetkili satıcıların servis faaliyetlerinin artırılması amacıyla yapılacak kampanyada “doğru yedek parça kullandığınızdan emin olun” ifadesinin araç sağlayıcılarının logoları ile birlikte sunulması halinde eşdeğer yedek parça kullanımını caydırabileceğinden kampanyanın logoları içermemesi halinde menfi tespit belgesi alabileceği sonucuna varmıştır.

Tebliğ'deki yedek parça tanımları bakımından karşılaşılan en büyük güçlük ise, parçaların ispat standartlarına ilişkindir. Orijinal yedek parça,

<sup>161</sup> 24.7.2008 tarih, 08-47/670-263 sayı; 24.1.2007 tarih, 07-09/49-16 sayı.

<sup>162</sup> Kılavuz'un 62. sorusunda bir motorlu aracın müşteriye ücret karşılığı sunulan normal bakım ve onarım hizmetleri (örneğin 30,000 km bakımı) söz konusuysa, sağlayıcının kendisi tarafından sağlanan orijinal yedek parçaların kullanılmasını zorunlu tutamayacağını, çünkü bu durumun, yetkili servislerin bakım ve onarım hizmetleri için diğer sağlayıcılardan orijinal ya da eşdeğer kalitede yedek parça temin etme özgürlüklerinin kısıtlanması anlamına geleceği belirtilmiştir

<sup>163</sup> Kılavuz Soru 78.

<sup>164</sup> 19.10.2006 tarih, 06-77/1004-288 sayı; 28.12.2006 tarih, 06-95/1198-363 sayı. 19.9.2006 tarih, 06-66/885-255 sayılı kararda her ne kadar 1998/3 sayılı Tebliğ çerçevesinde değerlendirme yapılmışsa da dikey fiyat tespiti ve rakip yedek parçaların kullanımını yasaklayan hükümlerin Tebliğ'de öngörülenin ötesinde bir rekabet sınırlaması oluşturduğu kabul edilmiş ve sözleşmelerin tadiline ilişkin süre verilmesine rağmen düzeltilmemesi sebebiyle para cezası verilmiştir.

Tebliğ'in 3(r) maddesinde tanımlanmıştır. Bu tanım uyarınca orijinal yedek parçanın tespiti daha kolay olmakla birlikte Tebliğ'in 3(s) maddesinde bir motorlu aracın montajında kullanılan parçalarla eşdeğer kalitede olduğu varsa mevzuat gereği aranan mecburi standartlara uygunluğunun üreticisi tarafından belgelendirilmesi gereken parçalar olarak tanımlanan eşdeğer yedek parçalar bakımından tespit oldukça güçtür. Nitekim Aslan (2006a, 175), ilgili parçanın mecburi standardı yok ise belgelemenin kimin tarafından yapılacağı belli olmamasını eleştirmiştir. Kılavuz'un 80. maddesi uyarınca parçanın eşdeğer olduğunu belgelemek parça üreticisinin yükümlülüğüdür. Bununla birlikte bu belgelemenin nereden ve nasıl yapılacağına ilişkin herhangi bir açıklama yer almamaktadır. Uygulamada da teşebbüslerin belgeleme yapacak kuruluş bulmakta güçlük çektiği görülmektedir.

Rekabet Kurulu'nun 1.11.2007 tarih, 07-83/1005-390 sayılı kararında ülkemizde ilgili pazardaki ürünlerin kalitelerini ve motorlu taşıtın aksamlarına zarar verip vermediğini tespit eden kuruluşların bulunmadığı belirtilmiştir. Bununla birlikte bazı üniversitelerin bu tespiti yapabildiği anlaşılmaktadır (TÜSİAD 2008, 63). Tebliğ'de bu tür kuruluşların gösterilmemiş olmasının yarattığı eksikliğin yanı sıra Türkiye'de bu tür kuruluşların bulunmaması ve orta veya küçük ölçekli parça üreticilerinin belgeleme için yurt dışındaki kuruluşlara başvurularının zorluğu sebebiyle Tebliğ'in bu hükmü uygulamada bazı sorunlar yaratmaktadır. *Volvo* kararında<sup>165</sup>, eşdeğer nitelikteki yedek parçaların da satışı yapmak isteyen yetkili servisin Türk Standartları Enstitüsü (TSE)'nden aldığı değerlendirmenin, öngörülen standartların Volvo Corp. orijinal yedek parçalarına ilişkin standartların oldukça altında olması sebebiyle Volvo Türkiye tarafından kabul edilmediği iddialarına ilişkin olarak işlem tesis edilmesine gerek bulunmadığına karar verilmiştir. Anılan kararda, Tebliğ'in 3 (s) maddesinde değinildiği üzere ispat yükünün parça üreticisinde olduğu belirtilmiş<sup>166</sup> ve mevcut durumda belgelendirmeyi yapacak makamın tespitine yönelik bir talebin yetkili bayi tarafından yöneltilmesi ve bu talebin yerine getirilmesinde güçlük yaratıldığı iddiaları karşısında Kanun ve Tebliğ kapsamında yapılacak herhangi bir işlem olmadığı kanaatine varılmıştır.

Yukarıda da belirtildiği üzere, Tebliğ'in 5(j) maddesi ve Kılavuz'un 62 ve 78. sorularında yer verilen açıklamalar uyarınca garanti süresi içerisindeki, ancak garanti kapsamında olmayan normal bakım ve onarımlar (örneğin periyodik bakımlar) için eşdeğer yedek parçaların kullanılmasının kısıtlanamayacağı

<sup>165</sup> 1.7.2010 tarih, 10-47/889-308 sayı.

<sup>166</sup> Kılavuz'un 80. sorusu da benzer şekilde "*parça üreticisi, üretmiş olduğu parçanın eşdeğer kalitede olduğunu ispat ettikten sonra, sağlayıcı veya yetkili servis eşdeğer kalitede olmadığını ispat etme hakkına sahiptir*" ifadesi ile ispat yükünün üreticide olduğunu vurgulamıştır.

düzenlenmesine rağmen bu normal bakım ve onarım işlemlerinin bağımsız servislerde yapılabileceğini açıkça belirten bir hüküm Tebliğ’de yer almamaktadır. Tebliğ’in başlıca amaçları arasında bağımsız pazarın güçlendirilmesinin bulunması ve garanti süresi içinde eşdeğer parça kullanımına ilişkin getirilen düzenlemeler ışığında normal bakım ve onarımların bağımsız teşebbüslerde yapılabileceği sonucuna ulaşılabilir. Ancak, bu yorum, Tanıtma ve Kullanma Kılavuzu Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik hükümleri ile birebir uyum göstermemektedir. Zira anılan Yönetmelik’in 6. maddesinin (h) bendinde *periyodik bakım gerektirmesi durumunda, periyodik bakımın yapılacağı zaman aralıkları ile kimin tarafından yapılması gerektiğine ilişkin bilgiler*, tanıtma ve kullanma kılavuzunda bulunması gereken bilgiler arasında sayılmıştır. Sağlayıcılar ise, bu hüküm çerçevesinde kullanma kılavuzlarına periyodik bakımların yetkili servislerce yapılması gerektiğine ilişkin ibareler yerleştirmekte ve uygulamada bağımsız teşebbüslerin garanti süresi içinde periyodik bakım/onarım hizmeti vermeleri kısıtlanmaktadır. Tebliğ’de garanti kapsamında olmayan bakım/onarımlar için eşdeğer parça kullanılmasının kısıtlanamayacağı belirtilirken bu hizmetin bağımsız teşebbüslerce verilebileceğine ilişkin açık bir hükmün yer almıyor olmasının anılan Yönetmelik ile ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca, uygulamada da, sağlayıcılar ve yetkili servisler arasında, garanti süresinde herhangi bir sebepten ötürü bağımsız serviste bakım/onarımı yapılan araçların garanti kapsamı dışına çıkacağı inancı hakim olmaktadır (Girgin 2011). Zira, sağlayıcılar arızaların, üçüncü şahıslar tarafından yapılan onarımlardan kaynaklanması durumunda araçları garantiden yararlandırmamaktadırlar. Bu nedenle, kullanıcıların yaklaşık %80’i garanti süresi içinde araçlarını yetkili servislerle getirmektedir (Ardıyok 2006, 109). Bununla birlikte, İspanyol Rekabet Otoritesi’nin sağlayıcı ve yetkili servislerin bağımsız servislerde onarım ve bakımı gerçekleşen araçları garanti kapsamı dışında değerlendirmesine karşı soruşturma başlattığına değinmekte fayda görülmektedir<sup>167</sup>. Benzer şekilde, AB’deki yeni 461/2010 sayılı Tüzük’ü açıklayan Kılavuz’da böyle bir eylemle niteliksel dağıtım sisteminin TFEU 101’i ihlal edecek bir şekilde bürüneceği belirtilmiştir. Bununla birlikte, Rekabet Kurumunun önüne gelen bu tür bir uyuşmazlıkta konunun çözümünü yetkili yargı organlarına bırakması da muhtemeldir.

### 3.3.3. 2005/4 Sayılı Tebliğ’in 6. Maddesinde Düzenlenen Şartlar

Tebliğ’in 6. maddesinde yer alan kısıtlamaları içeren sözleşme hükümleri nedeniyle sözleşmenin tamamı muafiyet kapsamı dışına çıkmamakta, fakat bu hükümler muafiyetten yararlanamamaktadır. Şekil-11’de muafiyetten yararlanamayan hükümler anlaşma türleri itibariyle gösterilmektedir.

<sup>167</sup> <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Noticias/tabid/105/Default.aspx?Contentid=323671&Pag=5>



### Şekil 11: Tebliğ'in 6. Maddesi Uyarınca Muafiyetten Yararlanamayan Hükümler

Muafiyetten Yararlanamayan Hükümler (6. Madde)		
<b>Yeni Motorlu Taşıtların Satış- bakım onarım hizmetleri- yedek parça bakımından</b>		
<b>Doğrudan veya Dolaylı Rekabet Etmeme Yükümlülüğü</b>	<b>Rakip Motorlu Taşıt, Yedek Parça Satış veya Rakip Motorlu Taşıtlara Tamir/Bakım Hizmeti Verilmesini Engellleyen Yükümlülük</b>	<b>Anlaşma Süresi Bitiminde Motorlu Taşıt Üretmemesi, Satın Alınmaması, Satmaması, Yeniden Satmaması veya Tamir/Bakım Hizmeti Vermesini Engellleyen Yükümlülük</b>
↓		
<b>Tebliğ 3(b)'de Rekabet Etmeme Yükümlülüğü Sayılan Haller</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bir Önceki Yıl Alımlarının %30'undan Fazlasının Sağlayıcıdan Alınması</li> <li>• Maliyeti Sağlayıcı Tarafından Karşılanmadıkça Marka Özelinde Personel İstihdam Edilmesi</li> </ul>		
<b>Yeni Motorlu Taşıtların Satış Bakımından</b>		<b>Tamir/Bakım Hizmeti ve Yedek Parça Satış Bakımından</b>
<b>Perakendecinin Finansal Kiralama Hizmeti Vermesine Engel Olan Yükümlülükler</b>		<b>Yetkili Servislerin Tesis Yeri İle İlgili Yükümlülükler</b>
<b>Binek veya Hafif Ticari Araç Üreticisinin Seçici Dağıtım Uygulanan Bölgelerde Satış veya Teslimat Yeri Açmasını Engellleyen Yükümlülükler</b>		

Tablodan da anlaşılacağı üzere tesis yerine ilişkin şartlar sadece binek ve hafif ticari araçlar bakımından getirilemeyecek, ağır vasıtalar bakımından getirilen ek tesis yeri açma kısıtları muafiyetten yararlanacaktır. Tebliğ'in 3(b) maddesinde yer alan maliyeti sağlayıcı tarafından karşılanmadıkça marka özelinde personel çalıştırılmasının istenememesi Aslan (2006b,10) tarafından çeviri hatası olarak yorumlanmıştır, çünkü 1400/2002 sayılı Tüzük'te "ek maliyetleri" sağlayıcı tarafından karşılanmadıkça ifadesinin yer aldığı, halbuki 2005/4 sayılı Tebliğ'in mevcut anlamından sağlayıcının dağıtıcıdan özel personel isteyebilmesi için onun maaşı dahil bütün maliyetlerini karşılamak yükümlülüğü altında olduğunun çıkarıldığı belirtilmiştir. 1400/2002-Açıklayıcı Broşür'deki ifadeden hareketle ek maliyet kavramının, personelin dağıtıcıya yüklediği fiili maliyet olduğu anlaşılmaktadır<sup>168</sup>. Dağıtıcının marka özelinde yeni bir personel istihdam etmesinin ek maliyetinin personelin dağıtıcıya maaş dahil tüm fiili masrafları kapsadığı düşünüldüğünde çeviri farklılığının uygulama bakımından herhangi bir değişiklik yaratmadığı değerlendirilmektedir.

Tebliğ'in 6. maddesi kapsamında Rekabet Kurumu'na yapılan başvuruların genelde rekabet etmememe yükümlülüğüne ilişkin bireysel muafiyet başvuruları olduğu görülmektedir. Bunlardan, araç sağlayıcılarının taraf

<sup>168</sup> Soru 14.



olduğu sözleşmelerde çok markalılığa aykırılığın pazara giriş engeli yaratacağı<sup>169</sup> belirtilmiş ve sözleşmelerin Kanun'un 5. maddesinin (a) ve (b) bentleri kapsamında herhangi bir iyileşme ve tüketici faydası yaratmayacağı sonucuna ulaşılmıştır<sup>170</sup>. Bununla birlikte, genel olarak yedek parça üreticilerinin ekipman, finansal destek ve eğitim sağlamaları karşılığında öngördükleri rekabet etmeme yükümlülükleri ise bireysel muafiyet almışlardır. Bu kararlarda, ekipman ve finansal desteklerin, çoğunluğunu küçük/orta işletmelerin oluşturduğu servisler ve dağıtıcılar açısından önemli olduğu, eğitimlerin ve ekipman desteklerinin dağıtıcıların sektördeki yenilikleri takip etmelerini kolaylaştırdığı ve dağıtıcıların yatırım maliyetlerini düşürdüğü<sup>171</sup>, finansal desteklerin dağıtıcıların hizmet kalitesini arttırdığı ve bunun karşılığında rekabet etmeme yükümlülüğü getiren parça üreticilerinin üretim planlarını rasyonel temele oturtmalarını sağladığı<sup>172</sup> kabul edilmiştir. Bu faydaları sağlamakla birlikte, teşebbüslerin pazar gücüne sahip olması durumunda ilgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kaldırdığı sonucuna varılarak rekabet etmeme yükümlülüklerine muafiyet tanınmamıştır<sup>173</sup>. Benzer şekilde, otomotiv madeni yağları pazarında gerçekleştirilen sözleşmelerde cezai şartların rekabeti, Kanun'un 5. maddesinin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırladığı kabul edilerek bu sözleşmelere şartlı muafiyet tanınmıştır<sup>174</sup>.

Bireysel muafiyet kararlarında, yeni bir dağıtım sisteminin kurulmasının da Kanun'un 5(a) maddesindeki şartı sağladığı kabul edilmiştir. Fabrikalardan konsinye, peşin ödeme veya vadeli ödeme biçiminde değişen teslim şartlarıyla sözleşmesiz olarak teslim alınan ürünlerin belirsiz pazarlama stratejisi çerçevesinde dağıtıcı veya servislere satan birimler tarafından oluşturulan gezici bayilik sistemi yerine örgütlenmiş bir dağıtım sisteminin oluşturulması ve örgütlü dağıtım ağına eğitim verilmesinin taahhüt edilmesinin dağıtımda iyileşmeye yol açacağı ve tüketici faydası yaratacağı belirtilmiştir<sup>175</sup>. Kurul'un bir başka kararındaysa, Türkiye'de yaygın olmayan ve yetkili servislere önemli bir alternatif teşkil eden hızlı tamir zincirlerinin oluşum aşamasında rekabet etmeme yükümlülüğüne ihtiyaç olabileceği belirtilerek bu sözleşmelere süreli bireysel muafiyet tanınmıştır<sup>176</sup>. Ancak, bu kararlarda, sistem kurulduktan sonra,

<sup>169</sup> 11.7.2007 tarih, 07-59/684-240 sayı.

<sup>170</sup> 11.7.2007 tarih, 05-88/1226-356 sayı; 22.4.2010 tarih, 10-33/512-186 sayı; 5.4.2007 tarih, 07-30/297-113 sayı.

<sup>171</sup> 9.10.2007 tarih, 07-78/973-373 sayı; 29.3.2007 tarih ve 07-29/260-91 sayı, 07-29/261-92, 07-29/262-93, 07-29/264-95 sayılar.

<sup>172</sup> 24.1.2008 tarih, 08-08/88-28 sayı.

<sup>173</sup> 11.7.2007 tarih, 07-59/680-237 sayı.

<sup>174</sup> 29.3.2007 tarih ve 07-29/260-91 sayı, 07-29/261-92, 07-29/262-93, 07-29/264-95 sayılar.

<sup>175</sup> 15.5.2008 tarih, 08-33/422-148 sayı; 1.10.2009 tarih, 09-43/1106-282 sayı.

<sup>176</sup> 25.7.2007 tarih, 07-61/716-248 sayı; 07.4.2011 tarih, 11-22/392-125 sayı.

rekabet etmeme yükümlülüklerinin Kanun'un 5(d) maddesi uyarınca rekabeti zorunlu olandan fazla sınırlayacağına dikkat çekilmiştir. Sigorta şirketlerinin mini onarım hizmetini<sup>177</sup> münhasıran belli teşebbüslerden almaları da şikayet konusu olmuş, Rekabet Kurumu bu noktada hizmetin tek teşebbüsten alınmasının ölçek ekonomisi nedeniyle maliyet avantajı yarattığı, sigorta primlerini düşürdüğü ve hizmet kalitesini arttırarak müşteri memnuiyeti oluşturduğu değerlendirilmesini yaparak anılan dikey sözleşmelere bireysel muafiyet tanımıştır<sup>178</sup>.

### **3.4. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ SONRASI PAZARIN DURUMU**

Bu bölümde, Rekabet Kurumunun 2010 yılında yaptığı anket çalışması başta olmak üzere, sektördeki verilerden hareketle Tebliğ'in etkileri ve başarısı değerlendirilecektir.

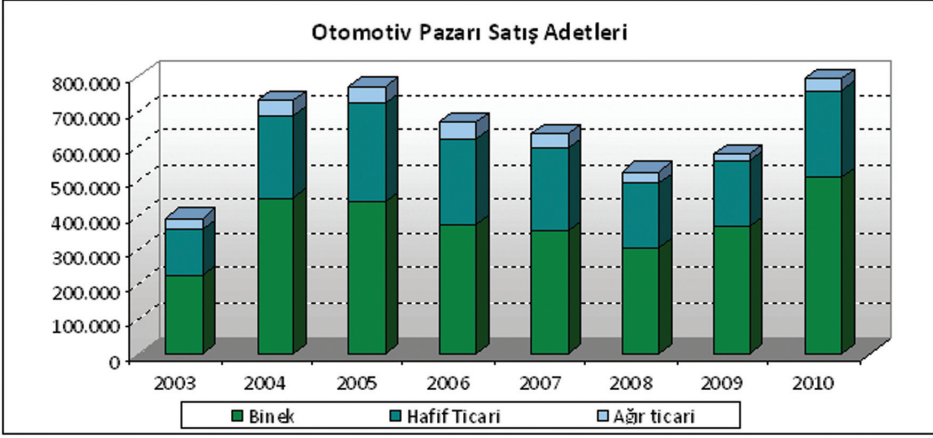
#### **3.4.1. Tebliğ'in Yeni Araçların Satışı Pazarındaki Rekabete Etkisi**

Tebliğ'in sektörde gerçekleştirmeye çalıştığı hedeflerden biri markalar arası rekabetin arttırılmasıdır. Türkiye binek ve hafif ticari araçlar pazarında 34 teşebbüs ve 51 marka bulunmaktadır. Ağır ticari araç pazarındaysa 12 adet teşebbüs faaliyet göstermektedir. Satış adetleri, yıldan yıla değişiklik sergilemekte, zira otomotiv sektörü siyasi ve ekonomik gelişmelerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Şekil-12'de yıllar itibariyle sektördeki satış adetlerine yer verilmiştir.

<sup>177</sup> Araçların kaporta, boya, deri, vinil, kumaş, plastik, ön cam aksamlarında oluşabilecek küçük ölçekli hasarların aracın hasarsızlık indirimi bozulmadan ücretsiz olarak tamir edilmesidir. Bu genelde poliçelerin içinde standart olarak yer almaktadır ve mini onarım hizmeti ücretsiz verilmekte fakat aslında bu hizmetin fiyatı, kasko poliçesinin fiyatlamasına dahil edilmektedir.

<sup>178</sup> 18.6.2009 tarih ve 09-29/608-147 sayı.

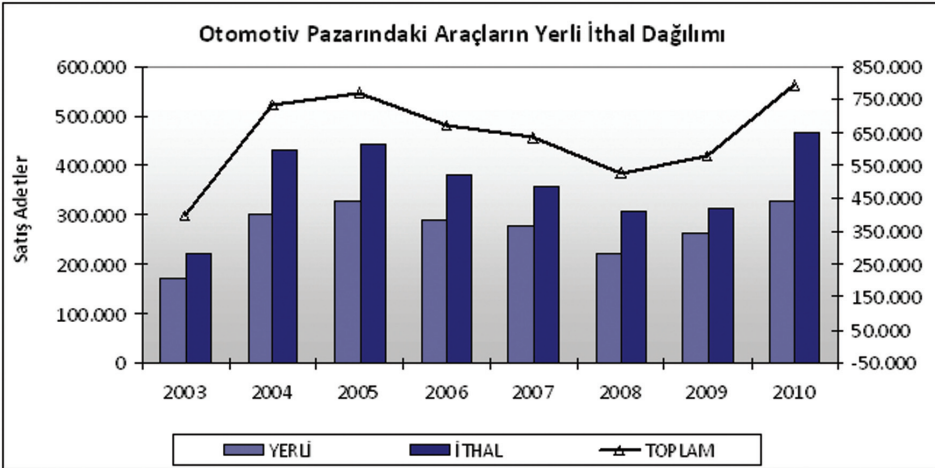
Şekil 12: Motorlu Taşıtlar Sektörü Satış Adetleri



**Kaynak:** OSD ve ODD

Şekilden görülebileceği gibi sektörde binek araçlar önemli bir yer kaplamakta, en az payı ise ağır ticari araçlar almaktadır. Şekil-13'de araçların yerli/ithal dağılımına yer verilmektedir. Özellikle 2010'da satılan araçların %64'ünü oluşturan binek araçların, %69'u ithaldir. Bu durum, kur sıçramaları gibi faktörlerin pazarı önemli ölçüde etkilemesine neden olmaktadır. Yerli sanayinin en fazla paya sahip olduğu pazar, yerli üretim araçların satışların %82'sini oluşturduğu ağır ticari araçlar pazarıdır.

Şekil 13: Otomotiv Pazarındaki Araçların Yerli/İthal Dağılımı



**Kaynak:** ODD ve OSD

Binek ve hafif ticari araç pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin pazar payları Tablo-4'te gösterilmiştir. Satış adetleri gibi, teşebbüslerin pazar paylarının da yıllar itibariyle dalgalandığı görülmektedir. Bununla birlikte, ilk üç teşebbüs 2005 yılından bu yana aynı kalmıştır. Ancak bunları takip eden teşebbüslerin hem pazar payları hem de sıralamaları yıllar itibariyle değişmektedir.

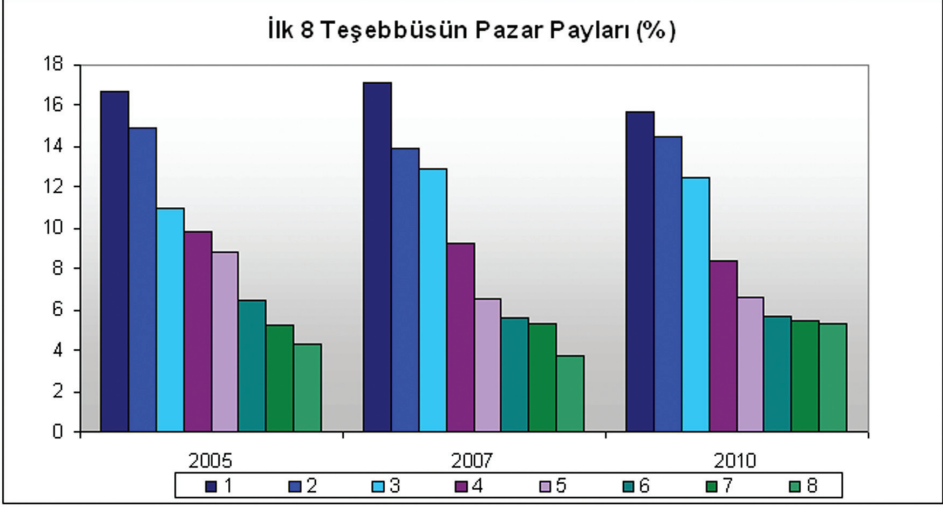
**Tablo 4:** Binek ve Hafif Ticari Araç Pazarında Teşebbüslerin Pazar Payları

	2005		2007		2008		2009		2010		2011 (Ocak-Ekim)	
	Marka	Pazar Payı (%)	Marka	Pazar Payı (%)	Marka	Pazar Payı (%)	Marka	Pazar Payı (%)	Marka	Pazar Payı (%)	Marka	Pazar Payı (%)
1	Ford	16,74	Ford	17,10	Ford	14,99	Fiat	15,22	Ford	15,66	Ford	15,13
2	Renault	14,89	Renault	13,90	Renault	12,97	Ford	15,21	Fiat	14,45	Fiat	15,03
3	Fiat	10,98	Fiat	12,96	Fiat	12,36	Renault	13,01	Renault	12,48	Renault	14,06
4	Hyundai	9,83	VW	9,24	VW	8,15	Hyundai	11,55	VW	8,39	VW	9,71
5	VW	8,88	Hyundai	6,50	Hyundai	6,92	VW	6,70	Hyundai	6,56	Opel	6,17
6	Opel	6,42	Opel	5,59	Opel	5,95	Peugeot	5,46	Peugeot	5,70	Hyundai	5,64
7	Peugeot	5,25	Toyota	5,32	Toyota	5,39	Toyota	4,48	Opel	5,46	Toyota	4,31
8	Toyota	4,29	Honda	3,72	Peugeot	4,48	Opel	4,44	Toyota	5,26	Peugeot	4,18

**Kaynak:** ODD

Ayrıca yıllar itibariyle teşebbüslerin pazar paylarının az da olsa birbirine yaklaştığı görülmektedir. İlk üç teşebbüsün yanı sıra 6, 7 ve 8. teşebbüslerin pazar paylarının da birbirine yakınlaştığı Şekil-14'te gösterilmiştir.

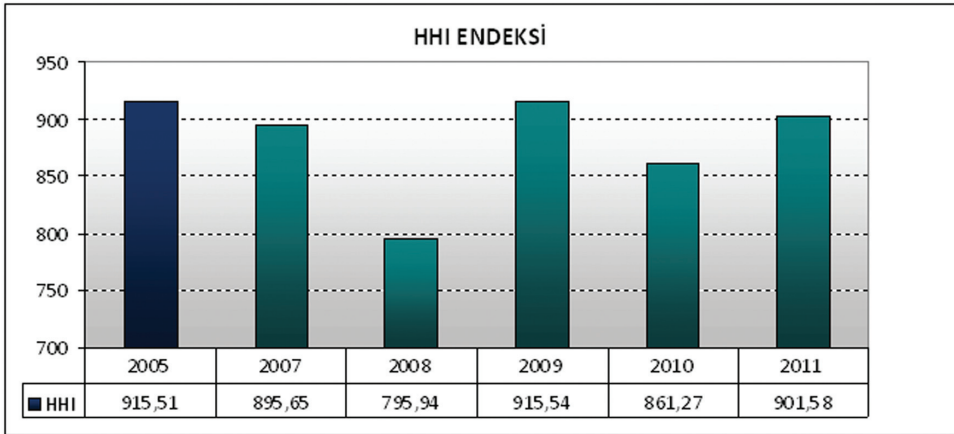
**Şekil 14:** Binek ve Hafif Ticari Araç Pazarında İlk 8 Teşebbüsün Pazar Payları

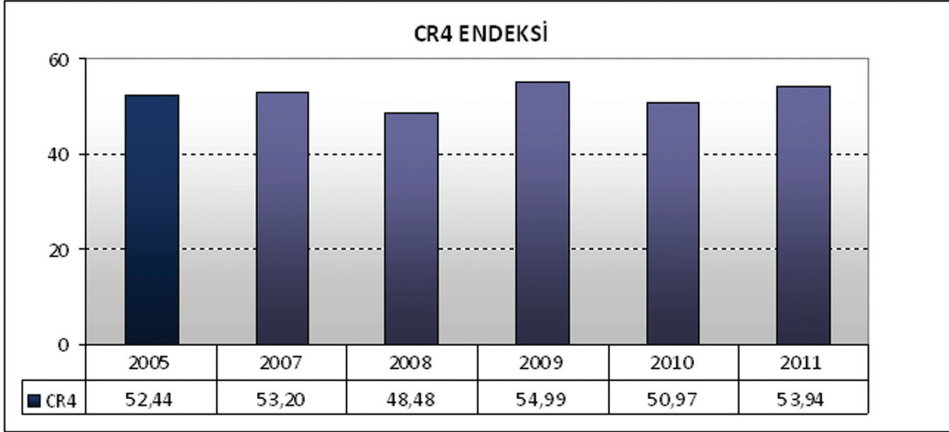


**Kaynak:** ODD

Markalar arası rekabetin seviyesi, yoğunlaşma oranlarıyla da ortaya konabilir. Şekil-15'te Tebliğ sonrası binek ve hafif ticari araç pazarında yoğunlaşma oranları, 2005 yılıyla karşılaştırmalı şekilde gösterilmiştir. HHI endeksinde yıllar itibariyle dalgalanma görülmekle birlikte, CR4 endeksinde Tebliğ sonrası dönemde önemli farklılıklar oluşmamıştır.

**Şekil 15:** Binek ve Hafif Ticari Araç Pazarında Yoğunlaşma Oranları





**Kaynak:** ODD

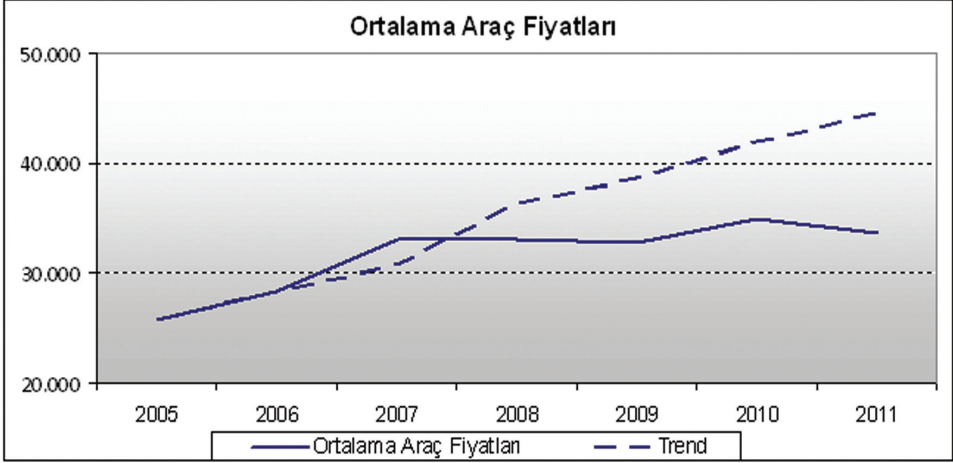
Tablo-5, binek ve hafif ticari araçlar pazarı için ayrı ayrı yoğunlaşma oranlarını göstermektedir. Hafif ticari araç pazarındaki yoğunlaşma oranı, binek araç pazarına göre daha fazladır. İlk 4 teşebbüs pazarın yaklaşık %70'ini oluşturmaktadır ve Tebliğ sonrası dönemde pazarda yoğunlaşma artmıştır. Binek araç pazarındaysa CR4 endeksinin dalgalandığı, HHI endeksinin ise azaldığı gözlemlenmektedir.

**Tablo 5:** Pazarlar İtibariyle Yoğunlaşma Oranları

	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Binek						
CR4	46,50	44,42	41,54	49,41	43,91	45,54
HHI	825,12	794,99	734,04	869,01	758,73	791,95
Hafif Ticari						
CR4	64,26	67,64	63,74	72,92	70,56	72,22
HHI	1.342,73	1.459,43	1.303,497	1.820,545	1.625,23	1.680,88

**Kaynak:** ODD

Pazardaki rekabeti ölçmenin diğer bir yolu ise araç fiyatlarının Tebliğ öncesi ve sonrası dönem için karşılaştırılmasıdır. Şekil-16'da 2005 yılından 2011 yılının Kasım ayına kadar binek araç fiyatları artışının enflasyon artışından daha yavaş gerçekleştiği görülmektedir. Dolayısıyla, pazarda markalar arasında ciddi bir rekabetin olduğu söylenebilir. Ayrıca, TÜİK verilerine göre, bölgeler arasında araç satış fiyatı bakımından farklılık bulunmamaktadır.

**Şekil 16: Ortalama Araç Fiyatları (2005-2011 Kasım)**

**Kaynak:** TÜİK

Ayrıca, pazara yeni girişlerin olduğu da gözlemlenmiştir. 2007’de, yedi tane yeni teşebbüs faaliyete başlamıştır, bunların bir kısmı da lüks segmentte faaliyet gösteren Bentley, Lamborghini gibi markalardır. Pazara girişler, 2008 ve devamında da sürmüştür. Geely ve Chery gibi Çin markaları da pazarda kendilerine yer bulmuştur.

Sonuç olarak Türkiye’de yeni motorlu taşıt satış pazarının genel olarak rekabetçi bir görünüm arz ettiği söylenebilir. Satışlar yıllar itibariyle dalgalanmakta, en yüksek paya sahip teşebbüsün pazar payı %17’yi geçmemekte ve bu oran yıllar itibariyle azalmaktadır. Tebliğ sonrası teşebbüslerin pazar paylarında yakınlaşma söz konusu olsa da yoğunlaşma oranlarına bakıldığında özellikle hafif ticari araç pazarı bakımından yüksek yoğunlaşma oranlarının görüldüğü, binek araçlar pazarındaysa HHI endeksinin azaldığı görülmektedir. Fiyatlar enflasyon oranının altında bir artış göstermiştir. Ayrıca pazara girişlerde de büyük bir engel olmadığı söylenebilecektir. Genel olarak Tebliğ sonrası dönemde markalar arası rekabetin arttığı savunulabilecek olsa da, bunda Tebliğ’in ne derece etkili olduğu tartışmalıdır. Zira, pazar dünyada gelişen küreselleşme ve teknolojik gelişmeden de büyük ölçüde etkilenmiştir.

Anket sonuçlarına göre, bazı araç sağlayıcıları ve sektör dernekleri münhasır ve seçici sistemlerin ayrılmasının ve muafiyetin pazar payı eşiklerine bağlanmasının rekabeti arttırdığını savunurken bazılarıysa bölgedeki yatırımların korunmadığını belirterek olumsuz görüş beyan etmişlerdir. Ancak, pazar payı eşığının muafiyetin genel koşulu olmasının ekonomik yaklaşımın gereği olduğu

düşünülmektedir, zira teşebbüslerin dikey anlaşmalarla pazardaki rekabeti sınırlandırabilmeleri ancak pazar güçleri oranında mümkün olabilecektir. Pazarda, genel olarak 3S bayilik sistemi devam etmekle birlikte, sadece yetkili servis olmak üzere yapılan başvuruların da azımsanmayacak olduğu bilinmektedir. Çok markalılık konusunda 2005 yılı öncesindeki çok markalı satıcı sayısına ulaşma imkanı bulunmadığından Tebliğ öncesiyle sonrası kıyaslanamamıştır. Ancak 2009 yılında pazarın yaklaşık yarısına tekabül eden otomotiv sağlayıcılarının yetkili satıcılarının %68'inin çok markalı olduğu anketler aracılığıyla elde edilmiştir, bununla birlikte bunların kaçının aynı mağaza içinde çok markalı hizmet verdikleri bilgisine ulaşılammıştır. Çok markalılığa ilişkin olarak; tüketici tercihlerinin artması, dağıtıcıların ölçek ekonomilerini yakalayabilmeleri gibi sonuçlar olumlu, fakat dağıtıcıların tek marka üzerine odaklanmamaları olumsuz etkiler olarak nitelenmiştir. Ayrıca, çok markalılığın teoride olumlu olduğu ancak pratikte etkisinin bulunmadığı, bayilerin daha ziyade farklı tesiste çok markalılığı tercih ettiği yönünde görüşler de mevcuttur. Öte yandan, pazara yeni giren teşebbüslerle pazar payı düşük teşebbüslerin çok markalılığı destekledikleri görülmektedir, zira bu teşebbüsler küçük şehirler ve özellikle dağınık yerleşime sahip bölgelerde dağıtıcı bulmakta zorlandıklarını belirtmişlerdir. Sektörü temsil eden bazı dernekler de aynı mağazada çok markalılığın çok yerinde bir düzenleme olduğunu fakat uygulamaya yansımadığını belirtmişlerdir.

2005/4 sayılı Tebliğ'in gerekçesinde, sağlayıcılara dağıtım ve servis ağında esneklik sağlayan bir düzenlemenin yapılması gerektiği belirtilmiştir. Ancak, Tebliğ sonrası pazardaki çoğu teşebbüs niceliksel dağıtım sistemini tercih etmiştir<sup>179</sup>. Ayrıca, anketlerde Tebliğ'le öngörülen karmaşık düzenlemelere uyum sağlamanın yarattığı işlem maliyetlerine dikkat çekilmiştir.

Mevcut dağıtıcıların yalnızca %10'unun ek satış yeri açtığı tahmin edilmektedir. Ek satış yerinin bayi olmayan bölgelerde açılmasının olumlu etki yaratabileceği belirtilmekle birlikte, anketlerde genel olarak bu düzenlemenin sektörde kayda değer bir etkisinin bulunmadığı ifade edilmektedir.

Tüm bu açıklamaların sonucunda, Tebliğ'in, pazardaki dağıtım anlaşmalarının daha esnek biçimlendirilmesi hedefine ulaşmada başarılı olarak nitelenemeyeceği düşünülmektedir. Zira, teşebbüslerin çoğu aynı dağıtım sistemini tercih etmiş ve ayrıntılı düzenlemeler teşebbüslerin belli kalıplarda davranmasına yol açmıştır. Çok markalılık ve ek satış yeri düzenlemeleri, her ne kadar istenilen seviyede olmasa da özellikle küçük şehirlerde tüketici faydasını arttıracak etkilere sahiptir. Bunların yanı sıra pazarda markalar arası rekabetin mevcut olduğu ve Tebliğ sonrası dönemde

<sup>179</sup> Münhasır ve niteliksel dağıtım sistemi uygulayan teşebbüsler de bulunmaktadır.



arttığı görülmüştür. Bununla birlikte, sektördeki rekabeti tamamen Tebliğ'in etkisi olarak değerlendirmek mümkün gözükmemektedir. Son beş yılda küreselleşme, artan teknolojik imkanlar ve Çin ve Hindistan ürünlerinin diğer pazarlara yayılmasının da rekabet üzerinde etkileri bulunmaktadır. Ayrıca, markalar arası rekabeti tesis etmeyi amaçlayan çok markalılık, ek satış yeri açılması gibi hükümlerin uygulamaya yansımadağı da sektörece ifade edilmiştir. Dolayısıyla, markalar arası rekabetin gelişmesinde Tebliğ'den çok dış faktörlerin etkisi olduğu düşünülmektedir.

### **3.4.2. Tebliğ'in Yetkili Dağıtıcı Bağımsızlığını Arttırmadaki Etkisi**

2005/4 sayılı Tebliğ gerekçesinde, yetkili satıcı ve servislerin bağımsızlığının artırılmasının amaçlandığı belirtilmiştir. Bu yöndeki düzenlemelere örnek olarak, feshi ihbar şartları, ek satış yeri açma, sözleşmenin devri, çok markalılık ve 3S şartının kaldırılması gibi hükümler gösterilebilir. Bunlardan feshi ihbara ilişkin düzenlemelerin sektörde büyük etkisi olmamış, zira teşebbüsler genelde karşılıklı anlaşmak suretiyle sözleşmelerini sonlandırmayı tercih etmişlerdir. Sektör derneklerinden gelen görüşlerde bu düzenlemelerin sağlayıcıyı daha dikkatli davranmaya sevk etmesi olumlu olarak nitelenmiştir. Bilindiği kadarıyla, hakem veya uzmana gitme hakkı yaygın şekilde kullanılmamış ve ek satış yeri açma ile sözleşmeyi devretme serbestisine şimdiye kadarki uygulamada nadiren başvurulmuştur. Yetkili satıcı sayısında yıllar itibarıyla artış kaydedilmekle birlikte, Tebliğ'den sonra artış oranında yavaşlama görülmüştür<sup>180</sup>. Öte yandan, yetkili servis sayısında 2002-2005 yılları arasında %9 oranında artış görülürken 2005-2009 yılları arasında bu oran %21,29'a çıkmıştır<sup>181</sup>. Bunda, 3S şartının kaldırılması ve satış sonrası pazarda niteliksel dağıtım sisteminin uygulanıyor olmasının etkisi olduğu düşünülmektedir. 2005/4 sayılı Tebliğ sonrasında, sağlayıcıların bir kısmı satış ve servis için öngördükleri kriterlerini değiştirdiklerini belirtirken, bu değişikliğin Tebliğ'den kaynaklandığını belirten teşebbüs sayısı çok azdır.

### **3.4.3. Tebliğ'in Bağımsız Tamircilerin Pazar Gücü'nün Arttırmadaki Etkisi**

Tebliğ, bağımsız tamircilerin yedek parça ve teknik bilgi/ekipman erişimine büyük önem vermiştir. Bununla birlikte, anket sonuçlarına göre, bağımsız tamircilerin teknik bilgiye ulaşımı konusundaki başvuruları sınırlı

<sup>180</sup> Bunda, 2008 yılındaki krizin etkisinin olabileceği de düşünülmektedir. AB pazarında da 1400/2002 sayılı Tüzük sonrası yetkili satıcılık pazarında yoğunlaşmanın arttığı görülmüştür. Nitekim, Tüzük'ün devir serbestisi, çok markalılık ve niceliksel dağıtım sistemi uygulamalarının bu sonuca yol açacağı beklenmekteydi. Bkz: Bu çalışmanın 2.3. ve 2.4 başlıklı Bölümleri.

<sup>181</sup> Bu bilgilere, pazarın %70'ine tekabül eden teşebbüslerin verilerinden hareketle ulaşılmıştır.

olmuştur. Bundan ötürü, bağımsız teşebbüslerin bu haklarının varlığına ilişkin yeterince bilgi sahibi olduklarından kuşku duyulmaktadır.

Sektörde kaç teşebbüsün faaliyet gösterdiğine ilişkin kesin bilgilere ulaşılamamakta, ayrıca bağımsız pazarda kayıt dışı çalışan pek çok teşebbüsün olduğu bilinmektedir. AB'den farklı olarak Türkiye'de, daha organize yapılar olan tamir zincirleri yavaş yavaş gelişmektedir. Pazarın çoğunluğu küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden oluşmaktadır. Bunların bir kısmı daha çok emek gücüyle çalışan, sanayi sitelerinde her marka araca hizmet veren tamircilerken bir kısmı da marka özelinde faaliyet gösteren ve buna yönelik ekipmana sahip olan özel servislerdir. Özellikle özel servislerin yetkili servislere ciddi bir alternatif oluşturduğu düşünülmektedir.

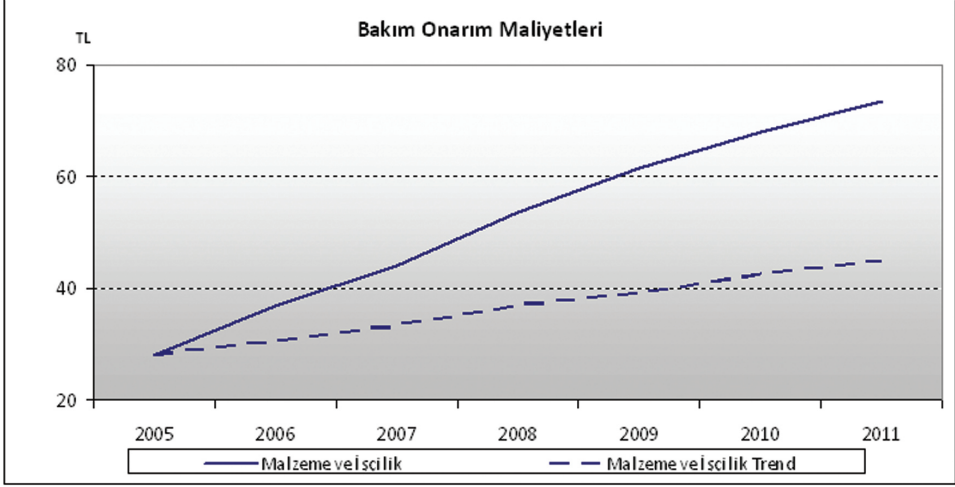
Ardıyok (2006, 115) tarafından yapılan anket çalışmasına göre, araçların %70'i tamir ve bakım için yetkili servise götürülmektedir. Anket sonuçlarına göre, yetkili servise gelen araçların ortalama yaşı 3,1'dir. AB ülkelerinde benzer şekilde yetkili servisler, ortalama 4 yaşa kadar olan araçlarda büyük bir avantaja sahiptir (LE 2006, 154). Ayrıca, Rekabet Kurumu tarafında yapılan anket çalışmasına göre garanti kapsamında yetkili servisin tercih edilme oranı %82 iken, garanti kapsamı dışındaki araçların %42'si yetkili servise tamir ettirilmektedir<sup>182</sup>. Buradan hareketle, garanti süresi bitiminde araçların büyük çoğunluğu için bağımsız servislerin ciddi bir alternatif teşkil ettiği söylenebilir.

Tüketicilerin araçlarının tamir/bakımı için ödediği ücretler Şekil-17'de görüldüğü üzere 2005 yılından beri enflasyon oranının üzerinde artmıştır. Üstelik bu artış, bir sonraki bölümde bahsedileceği gibi yedek parça fiyatları reel olarak artmazken görülmüştür. Bu nedenle sektörde bağımsız teşebbüslerin rekabet edebilirliğinin artırılması tüketici faydası için büyük önem taşımaktadır.

---

<sup>182</sup> Benzer şekilde Almanya'da 6-8 yaştan sonra araçların yaklaşık %55'i bağımsız tamircilerden hizmet almaktadır (LE 2006, 136).

**Şekil 17:** Araçların Bakımı ve Tamiri İçin Ödenen Ücretler  
(2005-2011 Kasım)



**Kaynak :** TÜİK

Sonuç olarak, yetkili servisler garanti kapsamındaki araçlar için neredeyse tekel konumundadır ve garanti süresinin ardından da azımsanamayacak ölçüde bir paya sahiptirler. Bununla birlikte, bağımsız tamircilerin çoğunlukla kayıt dışı faaliyet gösteriyor olması, kalite ve güven konusunda çekinceler doğursa da bağımsız teşebbüslerin rekabeti, pazardaki rekabetin gelişimi ve tüketici faydasının artırılabilmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, bağımsız servisler, giderek elektronik hale gelen araç aksamlarının onarımında teknik bilgiye erişimleri olmadan faaliyet gösteremeyeceklerdir. Bu nedenle, bağımsız teşebbüslerin yedek parça ve teknik bilgiye erişimleri konusundaki düzenlemeler hakkında sektörün daha fazla bilgilенmesinin sağlanması yararlı olacağı düşünülmektedir.

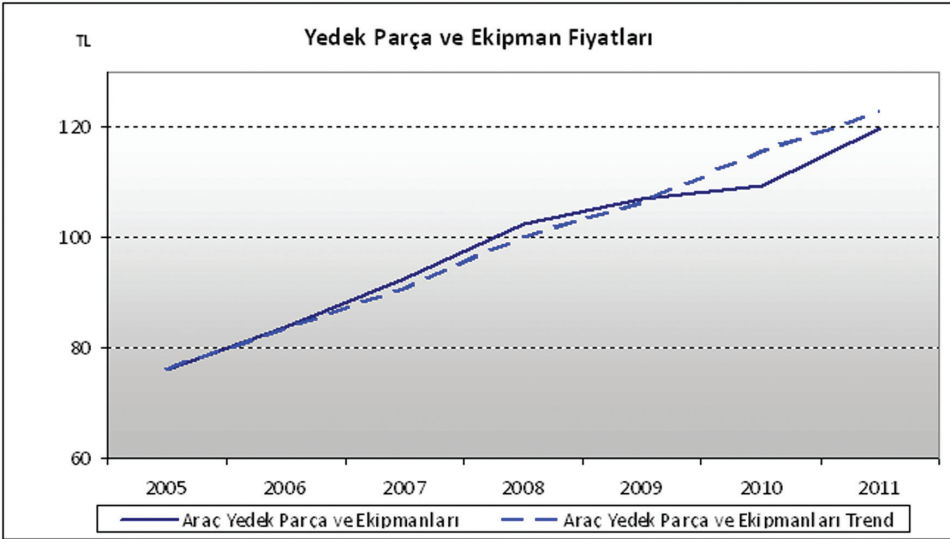
#### 3.4.4. Tebliğ'in Bağımsız Yedek Parça Üreticilerinin Pazara Girişlerinin Sağlanması Etkisi

Tebliğ'in bağımsız parça üreticileri bakımından getirdiği en büyük yenilik eşdeğer ve orijinal parça tanımlarıdır. Ancak bu konudaki en büyük sıkıntı eşdeğer parçaları onaylayan veya denetleyen bir sistem veya kuruluşun olmayışıdır. Anketlerde bu hüküm genelde olumlu karşılanmış, fakat uygulamada kayıt dışı ve yeterli kalitede olmayan parçaların eşdeğer parça olarak satıldığı belirtilmiştir. Bu belirsizliklerden dolayı eşdeğer parça kullanımı yaygınlaşmamıştır. Ardıyok (2006, 115), yaptığı çalışmada, tüketicilerin %73'ünün orijinal, %3'ünün yan

sanayi parçaları tercih ettiğini ortaya koymuştur ve kaskosu olan tüketicilerin %88'i orijinal yedek parça kullanırken, kaskosu olmayanlar için bu rakam %35'tir. Rekabet Kurumu tarafından yapılan anketlerden, yetkili servislerde eşdeğer parça kullanımının yaklaşık %20 ile sınırlı kaldığı görülmüştür.

Tebliğ'de, bağımsız parça üreticilerinin pazara direkt erişimiyle birlikte, parça fiyatlarının düşmesi beklenmektedir. Yedek parça pazarında birbirinden farklı pek çok ürün olması nedeniyle anlamlı bir karşılaştırma yapmak çok güç olmakla birlikte, anketlere gelen cevaplarda parça fiyatlarının reel olarak artmadığı, fiyat artış oranlarıyla enflasyon oranları karşılaştırılarak ortaya konulmuştur. Şekil-18'de, yedek parça fiyat artışlarının 2005-2007 yıllarında enflasyon oranıyla yakın seyrettiği, 2008'den sonraysa enflasyon oranının altında kaldığı görülmektedir. Yedek parça fiyatlarının düşüşünde yine dış faktörlerin etkisi yadsınamayacak olsa da Tebliğ'in olumlu etkilerinin de bulunabileceği düşünülmektedir.

**Şekil 18:** Yedek Parça ve Ekipman Fiyatları (2005-2011 Kasım)



Kaynak: TÜİK

### 3.5. 2005/4 SAYILI TEBLİĞ'E İLİŞKİN GENEL DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

2005/4 sayılı Tebliğ temel olarak otomotiv pazarındaki dağıtım anlaşmalarının daha esnek bir şekilde yapılanmasını, markalar arasında rekabetin ve dağıtıcıların bağımsızlığının artırılmasını, bağımsız yedek parça üreticileriyle servislerin pazara girişlerinin kolaylaştırılmasını amaçlamaktadır. Bu amaçla çok ayrıntılı düzenlemeler öngörmüş ve bundan dolayı aslında teşebbüsleri Tebliğ'i anlamak ve ona uyum sağlamak gibi bir maliyet altında bırakmıştır. Bunun yanı sıra, Tebliğ uygulaması ve denetimi çok güç olan birtakım kurallar koyarak aslında amaçladığının tam tersine sektördeki teşebbüsleri belli bir çerçevenin içine sıkıştırmıştır. Bununla birlikte, olumlu etkileri olabilecek bazı düzenlemelerse, dağıtıcıların tutuculuğu veya ilgisizliği gibi sebeplerle istenilen faydayı doğurmakta yetersiz kalmıştır. 2008 yılında AB'de başlayan ve 2010 yılında yeni bir Tüzük'le sonlanan sektör incelemesinin bir benzeri Rekabet Kurumu'nda da yürütülmektedir. Çalışmanın sonunda nasıl bir neticeye ulaşılacağı belli olmamakla birlikte, AB'deki yeni düzenlemelerin de bu kapsamda incelenmesi ve Türkiye açısından uygulanabilirliğinin tartışılması beklenmektedir. Bir önceki bölümlerde belirtildiği gibi, Tebliğ pazarda olumlu etkileri net olarak tespit edilemeyen hükümler içermektedir. Bu nedenle, pazarın yapısına daha uygun yeni bir Tebliğ'in düzenlemesi gerektiği düşünülmektedir. Bu bölümde, Türkiye pazarı açısından ihtiyaç duyulan yeni düzenlemenin nasıl olması gerektiği AB'nin yeni Tüzük'ü ışığında tartışılacaktır.

Yeni araçların satışı pazarında AB'de olduğu gibi Türkiye'de de yoğun bir markalar arası rekabet söz konusudur. Tebliğ sonrası dönemde, otomobil fiyatları enflasyonun gerisinde artış göstermiş, piyasaya yeni girişler yaşanmış ve hafif ticari araç pazarı hariç olmak üzere, yoğunlaşma oranları düşmüştür. Ancak bu sonuçları sadece Tebliğ'le açıklamanın anlamlı olmadığı düşünülmektedir. Çünkü otomotiv sektöründe dünya genelinde artan küreselleşme eğilimi, Ar-Ge çalışma ve işbirlikleri, Asya menşeli markaların yükselen konumu ülkelerdeki rekabet dinamiklerini de etkilemektedir. Türkiye otomotiv sektörünün, 34 teşebbüs, 51 marka ve hiçbir teşebbüsün %20'yi aşmayan pazar payıyla rekabetçi bir görünüm arz ettiği söylenebilir. Sektörün ihracat potansiyeli, büyük yabancı teşebbüslerle yerli firmalar arasında kurulan ortaklıklar ve pazara yeni girişlerin zor olmaması sektörde kalite ve fiyat üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu nedenle sektörün bu kadar ayrıntılı düzenlemelere sahip olması ve teşebbüslere esneklik tanınmamasının yerinde olmadığı düşünülmektedir. Bununla birlikte, motorlu taşıtın tüketicilerin en büyük harcama kalemlerinden biri olması sebebiyle önemi de unutulmamalıdır. Bu noktada, binek araçlar ile ticari araçlar arasında bir düzenleme ayrımı yapılması söz konusu olabilir. Zira özellikle ağır ticari araçlar,

teknik altyapıları, kullanım amaçları ve müşteri profilleri bakımından farklılık göstermektedir. Bununla birlikte, araç sahipliğinin maliyeti ve tüketicinin nispeten düşük teknik bilgi düzeyi sebebiyle, binek araçlar pazarında daha korumacı düzenlemelerin tüketici faydasını arttırabileceği düşünülmektedir.

AB, markalar arasında rekabetin istenen seviyede olmasından hareketle sektörü genel dikey düzenlemenin içine almıştır. Türkiye’de de diğer sektörlerdeki dikey anlaşmaları düzenleyen 2002/2 sayılı Tebliğ’in sektör için bir alternatif olup olmayacağı tartışılmalıdır. 2005/4 sayılı Tüzük’le getirilen ayrıntılı pazar payı eşiği düzenlemeleri; yeni araçların satışında niceliksel seçici dağıtım ve satış sonrası pazarda niteliksel seçici dağıtım sisteminin belirlenmesine yol açmıştır. Bu nedenle, pazar payı eşikleri bakımından genel düzenlemeye tabi olmanın sektördeki dağıtım sistemini esaslı biçimde değiştirmeyeceği fakat teşebbüsler için daha yalın ve esnek bir sistem sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte AB’de pazar payı eşiği anlaşmanın her iki tarafı için %30 olmakla beraber 2002/2 sayılı Tebliğ bu eşiği %40 olarak belirlemiş ve eşiğin değerlendirmesinin münhasırlığı uygulayan taraf bakımından yapılmasını öngörmüştür. Yeni araçların satışı pazarında eşiğin %30 veya %40 olmasının uygulamada farklılık yaratmayacağı düşünülmektedir, çünkü hiçbir teşebbüsün pazar payı %30’u aşmamaktadır. Bu nedenle yeni araçların satışında eşik sistemi bakımından 2002/2 sayılı Tebliğ’le öngörülen düzenlemenin teşebbüsler açısından daha anlaşılır olabileceği düşünülmektedir.

Bununla birlikte, çok markalılık, hem markalar arası rekabeti hem de dağıtıcının bağımsızlığını arttırmayı amaçlayan bir düzenlemedir. AB’de markalar arası rekabetin mevcudiyetinden hareketle çok markalılık hükümleri kaldırılmıştır. Tüketicilerin büyük kısmının bugün, araştırmasını internet üzerinden yaparak tercih sayısını azalttığı ve sonrasında yetkili dağıtıcıları ziyaret ettikleri doğru olmakla birlikte, çok markalılığın tek amacının tüketicinin araştırma maliyetlerini azaltmak olmadığı hatırlanmalıdır. Çok markalılık; piyasaya girişlerin arttırılması, dağıtıcıların atıl kapasitelerini kullanmaları, ölçek ekonomilerini sağlamalarıyla daha etkin bir yönetim gerçekleştirmeleri ve özellikle küçük şehirlerde temsil edilen marka sayısının artması bakımından da kritik derecede önemlidir. Nitekim anketlere gelen cevaplarda, küçük teşebbüslerle piyasada yeni olan bazı teşebbüslerin, bazı yerlerde satış ve servis noktası bulmakta zorlandıklarını belirtmesi de bu hükmün gerekliliğini ortaya koymaktadır. Türkiye gibi gelişen pazarlarda yeni teşebbüslerin pazara girişinin kolaylaştırılmasının önem taşıdığı düşünülmektedir. Ayrıca, çok markalılık, dağıtıcı bağımsızlığının arttırılması böylece marka içi rekabetin tesis edilmesi bakımından da önemlidir. Zira Türkiye’de araç sağlayıcıları aralarında Türkiye’nin en büyük holdinglerinin de bulunduğu güçlü teşebbüslerce kontrol edilirken dağıtıcıların

bu teşebbüsler karşısında güçlü olmaları ve rekabetçi davranışlar sergilemeleri önemlidir. Çok markalılık bu çerçevede, tek bir sağlayıcıya bağımlılığı azaltarak yetkili dağıtıcıları daha güçlü kılacaktır. Pazarda çok markalılığın etkisinin fazla olmadığı anketlerce belirtilmiş olsa da, halen yetkili dağıtıcıların başka bir kimlik altında ve farklı mağazada çok markalılığı tercih ederek<sup>183</sup> bir anlamda tutucu davrandıkları düşünüldüğünde, aynı mağazada çok markalılığın yaygınlaşması için zamana ihtiyaç olduğu ve Tebliğ’le hedeflenen çok markalılığa yaklaştıkça olumlu etkilerin daha fazla hissedileceği değerlendirilmektedir.

Benzer şekilde ek satış yeri açma ve sözleşmenin devredilmesi serbestisi de uygulamaya pek yansımamıştır. Ancak, teşebbüslerin ek satış yeri açma konusunda çekingen olmadıkları, bunun gelişmesiyle birlikte yetkili satıcıların bağımsızlığının gelişeceği, böylelikle markalar arası ve marka içi rekabetin artacağı düşünülmektedir. Ayrıca, bu hükmün sağlayıcıya ek bir külfet getirdiği de düşünülmektedir. Bununla birlikte, bağımsızlığı arttırmayı amaçlayan sözleşmelerin fesih şartlarına ilişkin hükümlerin pazarda etkisi görülmediği gibi bunlara karşı Rekabet Kurumunun etkin yaptırımları da söz konusu olamamaktadır. Çünkü, bu hükümler daha çok Borçlar ve Ticaret Kanunu’nu ilgilendirmektedir ve haksız fesih halinde yetkili dağıtıcılar bu kanunlara dayanarak haklarını arama imkanına sahiplerdir. Anlaşmazlıklarda hakeme başvurulmasına hiç rastlanılmadığı gibi bu hükmün Türk hukukuna uygunluğu da tartışma konusudur<sup>184</sup>. Bu nedenle, sözleşmelerin fesih süreleri, feshin gerekçeli olması ve anlaşmazlıkların hakeme götürülmesine ilişkin hükümlere gerek olmadığı düşünülmektedir. Benzer şekilde, sözleşmenin devrine ilişkin hüküm, finansal sıkıntı yaşayan teşebbüslerin iflas sonucuna varmaksızın faaliyetlerini sonlandırmasına imkan tanımakla birlikte, bu konunun taraflar arasındaki ticari bir olay olduğu ve yine genel hükümler çerçevesinde çözülmesinin daha uygun olacağı düşünülmektedir.

Marka içi rekabetin tesisi, her ne kadar AB’de markalar arası rekabetin varlığından hareketle ikinci plana atılsa da Türkiye bakımından önemini korumaktadır. Zira sağlayıcılar tavsiye edilen fiyat listesini yayımlamakta ama asıl fiyat tüketicilerle yetkili satıcı arasındaki pazarlık sonucu oluşmaktadır. Son yıllarda, Rekabet Kurumunun iki büyük markanın dağıtıcılarını fiyat tespiti nedeniyle cezalandırmasının<sup>185</sup> da yetkili satıcılar arasındaki rekabeti tesis etmenin önemini daha açık bir şekilde ortaya koyduğu düşünülmektedir. Bu nedenle, münhasır-seçici sistemlerin birbirinden ayrı uygulanması suretiyle yetkili satıcı/

<sup>183</sup> Bazı anketlere göre bunda teşebbüslerin sağlayıcılardan çekinmelerinin payı bulunmaktadır.

<sup>184</sup> Bkz: Bu çalışmanın 3.3.1.1. numaralı Bölümü.

<sup>185</sup> 6.8.2010 tarih, 10-53/ 1057-391 sayılı Peugeot Soruşturma Kararı, 23.9.2010 tarih, 10-60/1274-480 sayılı Citroen Soruşturma Kararı.



servislerin üzerlerinde daha fazla teşebbüsün rekabet baskısını hissetmesi, ek satış yeri açma serbestisi, çok markalılık, 3S şartının kaldırılarak daha az yatırımla daha fazla teşebbüsün sisteme dahil olması önem taşımaktadır.

Satış sonrası pazarı bakımından rekabetçi endişeler daha yoğundur, zira burada tüketici artık 51 adet markayı seçme şansına sahip değildir, satın almış olduğu aracının markasına yönelik uzman bakım ve yedek parçayı kullanması gerekmektedir. Markaya yönelik uzman bakımı veren ilk grup yetkili servislerdir. Yetkili servislerin kalitesi, fiyatı ve yaygınlığı tüketici faydası yaratılabilmesi bakımından önemlidir. Bu noktada satış sonrası pazar için öngörülen niteliksel dağıtım sisteminin hizmetin yaygınlığını arttırdığı ve çok markalılığın servislerin daha etkin hizmet vermesine neden olacağı düşünülmektedir. Nitekim AB'nin yeni düzenlemesinde satış sonrası pazar için niteliksel seçici dağıtımın tercih edileceği ve satış hizmeti de verilmesine yönelik şartların niteliksel kabul edilemeyeceği öngörülmüştür. Uzman bakım hizmeti veren diğer grup ise bağımsız tamircilerdir. Bu teşebbüslerin varlığı, bakım/onarım maliyetlerinin düşürülebilmesi açısından önem taşımaktadır. Zira araç sahipliği maliyetlerinin büyük kısmını oluşturan bu hizmetin fiyatları Türkiye'de enflasyon oranından daha fazla artmaktadır. Bu kapsamda bu teşebbüslerin yedek parça ve teknik bilgiye erişimi konularındaki düzenlemeler sürdürülmeli ve piyasaya daha iyi anlatılmalıdır.

Son olarak bağımsız yedek parça üreticilerinin pazara direkt erişiminin sağlanması parça fiyatlarını düşürecektir. Nitekim son yıllarda parça fiyat artışları enflasyon oranının gerisinde kalmıştır. Parça üreticilerinin marka ve logo kullanımıyla yetkili/bağımsız teşebbüslere satış yapmalarını koruyan hükümlerin devamının bu fiyat trendinin sürmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Parça üreticilerine yönelik olarak getirilen orijinal ve eşdeğer yedek parça tanımları olumlu olmakla birlikte özellikle eşdeğer yedek parçada kalitenin tespiti konusunda ciddi sıkıntılar bulunmaktadır. Parça kalitesini tespit ve kontrol eden kuruluşların yaygın olmaması, Tebliğ'de buna yönelik herhangi bir düzenleme bulunmaması eşdeğer parçalara ilişkin güveni ve dolayısıyla bu parçaların kullanımını sınırlandırmaktadır. Yeni düzenlemede bu hükmün korunmasının gerektiği düşünülmekle birlikte, ilgili diğer mevzuatın da buna ilişkin düzenlemeleri içermesi faydalı olacaktır. Ayrıca çeşitli üniversiteler ve araştırma kuruluşlarıyla<sup>186</sup> işbirliği yapılarak bu parçaların tespiti için birtakım standartlar getirilmesi veya bu kuruluşların yetkilendirilmesi söz konusu olabilir.

Sonuç olarak, AB'nin kabul ettiği sektörün genel dikey düzenlemeye tabi olması fakat satış sonrası bakımından üç konuda sektör özelinde düzenlemeler getirilmesi uygulamasının Türkiye bakımından biraz daha farklı bir biçimde

<sup>186</sup> Anketlerden birinde TÜBİTAK önerilmiştir.



uygulanabileceği düşünülmektedir. İlk olarak markalar arası rekabetin varlığından hareketle yeni araçların dağıtımını genel dikey düzenlemeye tabi olabilir, fakat en azından binek ve hafif ticari araçlar bakımından çok markalılık, ek satış yeri açma serbestisi ve 3S şartının getirilmemesine yönelik hükümlerin korunmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sektörün 2002/2 sayılı Tebliğ’ etabı olması durumunda satış sonrası pazarda teşebbüslerin pazar payının %40’ın üzerinde olması halinde anlaşmaları grup muafiyeti kapsamı dışında kalacak ve getirilecek rekabet kısıtları korunmayacaktır. Bu çerçevede AB’deki düzenlemenin satış sonrası pazarı özellikle niteliksel seçici dağıtım sistemini seçmeye zorladığı anlaşılmaktadır. Türkiye bakımından da satış sonrası pazarı rekabetçi endişelerin daha yoğun olduğu, tüketicinin daha az teknik bilgi ve donanıma sahip olduğu bir pazar olduğundan rekabeti daha az sınırlayan niteliksel seçici dağıtım sisteminin seçilmesinde yarar olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda, yeni düzenlemede karmaşık eşik sisteminin kaldırılarak belli pazar payı eşiğini aşan teşebbüslerin dağıtım anlaşmaları için sadece niteliksel seçici dağıtım sisteminin benimsenebileceğini açıkça düzenleyen bir hükmün varlığının gerekli olacağı düşünülmektedir. Bu noktada, eşiğin 2005/4 sayılı Tebliğ’deki gibi %30 mu yoksa 2002/2 sayılı Tebliğ’deki gibi %40 mı olacağı çeşitli pazar araştırmalarıyla ortaya konabilir. Ancak bu noktada, satış sonrası pazarın tüketiciler bakımından önemi ve hem yedek parça hem de bakım/onarım hizmetinin kalitesi konusundaki bilgi asimetrisi dikkate alınarak eşiğin %30 olarak belirlenmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çerçevede, AB’yle benzer şekilde, bağımsız teşebbüslerin yedek parça/teknik bilgi erişimini garantileyen hükümlerle, yedek parça üreticilerinin pazara girişlerini kolaylaştıran hükümlere yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tüm bu açıklamalar neticesinde, Tablo-6 her iki pazar bakımından korunması gereken hükümleri göstermektedir.

**Tablo 6:** Yeni Düzenlemede Korunması Gereken Hükümler

Yeni Motorlu Taşıtların Satışı	Satış Sonrası Pazar
1. Dağıtıcıların rakip araç ve parçaları satma ve rakip araçlara bakım/onarım hizmeti verme serbestisi sınırlanamaz.	1. Münhasır ve niceliksel seçici dağıtım sistemlerinin uygulanabilmesi bakımından pazar payı eşiği %30'dur.
	2. Seçici dağıtım sistemi üyelerinin, motorlu taşıtların yedek parçalarını, bu parçaları motorlu araçların bakım/onarımında kullanacak olan özel servislere satma özgürlüğü sınırlanamaz.
2. Satış hizmeti veren dağıtıcıların bakım/onarım hizmeti vermeleri zorlanamaz.	3. Sağlayıcı talep halinde bağımsız tamircilere teknik bilgi ve ekipmanı yetkili servislerine sağladığı şartlarla aynı şartlarda sağlamak zorundadır.
3. Dağıtıcıların seçici dağıtım uygulanan bölgelerde ek satış veya teslimat yeri açma serbestisi kısıtlanamaz.	4. Bir motorlu taşıt üreticisi ile ürettiği motorlu araçlarda kullandığı yedek parçaların sağlayıcısı arasında yapılan anlaşmayla, yedek parça sağlayıcısının marka ve logosunu, sağlanan parçalar üzerine etkili ve kolayca görülebilir bir biçimde koymasını engelleyici nitelikte kısıtlamalar getirilemez.
	5. Orijinal yedek parça, eşdeğer kalitede yedek parça, tamir ekipmanı, teşhis cihazı ya da diğer tip ekipmanların sağlayıcısıyla bir motorlu taşıt üreticisi arasında yapılan anlaşmayla, sağlayıcının söz konusu mal ve hizmetleri yetkili veya bağımsız dağıtıcılar, yetkili ya da özel servisler ve son kullanıcılardan herhangi birine satma imkanı kısıtlanamaz.

Sonuçta, sektöre özgü Tebliğ uygulamasına devam edilmesi ancak bu Tebliğ'in olabildiğince yalın olması, 2002/2 sayılı düzenlemede yer alanların haricindeki karmaşık pazar payı eşikleri, sözleşmesel düzenlemeler, hakem şartı ve karışık ağır kısıtlama hükümlerinin kaldırılması ve Tebliğ'in farklı olarak sadece Tablo-6'da yer alan düzenlemeleri barındırması gerektiği

değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, yeni motorlu araçların dağıtımına ilişkin özel düzenlemelerin 2005/4 sayılı Tebliğ'dekine benzer şekilde ağır kısıtlama olarak kabul edilmemesi, bu hükümlere aykırı uygulamalar nedeniyle sadece o hükmün muafiyetten yararlanmamasının uygun olacağı düşünülmektedir. Zira, Tebliğ'in uygulanmasının incelendiği 3.3. numaralı Bölüm'de belirtildiği gibi rekabet etmeme yükümlülüğü bazı hallerde tüketici faydası yaratabilmekte ve bu hükme Rekabet Kurumu bireysel muafiyet tanıyabilmektedir. Ancak, satış sonrası pazara ilişkin belirtilen ilk maddenin muafiyetin genel koşulları arasında sayılması, diğerlerininse ağır kısıtlama kabul edilerek, aksi uygulamaların sözleşmeleri muafiyet dışına çıkarması gerektiği düşünülmektedir. Bu durumda, sektördeki anlaşmaların tamamen 2002/2 sayılı Tebliğ'e tabi olduğunu fakat, orada yer alan şartların yanı sıra Tablo-6'da yer alan şartları da taşımaları gerektiğine ilişkin sektör özelinde bir Tebliğ yayımlanmasının sektöre ilişkin dağıtım anlaşmalarında etkinliğin sağlanması ve pazarın rekabetçi yapısının korunması için gerekli olduğu sonucuna ulaşılması mümkündür.

## SONUÇ

Motorlu taşıt sektöründe dağıtım anlaşmaları, yeni motorlu taşıtların dağıtımı, bakım/onarım hizmetleri ve yedek parçaların dağıtımı olmak üzere üç temel pazarda gerçekleştirilmektedir. Bu anlaşmalar, sektörün ekonomideki yeri ve tüketici için önemi dikkate alınarak AB’de otuz beş yıldan beri genel dikey düzenlemelerden farklı kurallara tabi tutulmuştur. Komisyon’un *BMW* kararıyla başlayan süreç, 123/85, 1475/95 ve 1400/2002 sayılı Tüzüklerle devam etmiş ve nihayet 2010 yılına gelindiğinde sektörün ayrıcalıklı durumu 461/2010 sayılı Tüzük’ün kabul edilmesiyle sonlanmıştır. Bununla birlikte, motorlu taşıtların satış sonrası pazarında, az sayıda da olsa yine sektör özelinde birtakım kurallar getirilmesi, motorlu taşıt sektörüne ilişkin rekabetçi endişelerin hala korunduğunu ve AB için motorlu taşıtlar pazarının hala ayrı bir yerde durduğunu göstermektedir. Tüzükler esasında Komisyon’un sektöre ilişkin varsayımları sonucunda rekabeti tesis etmek üzere getirdiği kurallardır. Sektör geliştikçe Komisyon’un tespit ve varsayımları da değişmiş ve sektör özelinde uygulanan kurallar bu çerçevede değiştirilmiştir.

123/85 ve 1475/95 sayılı Tüzüklerde, motorlu taşıtlar sektörünün özellikleri gereği seçici ve münhasır dağıtım sisteminin birlikteliğiyle satış ve satış sonrası hizmetlerin bir arada verilmesinin dağıtımın etkinliği için kaçınılmaz olduğu kabul edilerek üreticilerin seçici ve münhasır sistemleri aynı anda uygulamalarına ve dağıtıcıların araç satışı, bakım/onarım ve yedek parça satışı hizmetlerini bir arada vermeye zorlanmalarına izin verilmiştir. Dolayısıyla bu dönemde araç üreticileri, dağıtım sistemleri ve dağıtıcılar üzerinde büyük ölçüde kontrol sahibi olabilmişlerdir. Bu varsayımlar, 1400/2002 sayılı Tüzük’le terk edilmiş ve bu defa markalar arası rekabetin tesisi için marka içi rekabetin, onun içinse dağıtıcı bağımsızlığının sağlanması gerektiği kabul edilerek çok katı ve ayrıntılı düzenlemelere gidilmiştir. Bu sefer araç üreticileri, diğer sektörlerde belli pazar payı eşikleri altında uygulanabilen rekabet etmeme yükümlülüklerini bile uygulayamaz hale gelmişlerdir ve sektördeki dağıtım anlaşmaları tüm diğer sektörlerden daha rekabetçi bir biçimde organize olmuştur. Böylece araç üreticilerinin sistemdeki hakimiyetleri azaltılmak istenmiştir. Ancak, dağıtıcıları korumak üzere getirilen feshi ihbar süreleri ve feshin objektif gerekçeye

bağlanması gibi şartların tarafların ticari ilişkisine fazlasıyla müdahale ettiği, fakat bununla birlikte uygulamada beklenen etkileri doğurmadığı gözlemlenmiştir. 461/2010 sayılı Tüzük'teyse, pazarda küreselleşme gibi dış nedenlerden dolayı zaten markalar arası rekabetin yoğun olduğu, bu nedenle marka içi rekabetin eksikliğinin büyük bir sorun olmayacağı kabul edilmiş ve dağıtıcıları korumaya yönelik tüm hükümler kaldırılarak sektör genel dikey düzenleme olan 330/2010 sayılı Tüzük'e tabi kılınmıştır. Bununla birlikte, satış sonrası pazarda bağımsız teşebbüslerin varlığının rekabeti arttıracacağına ilişkin kabulünü 1475/95 sayılı Tüzük'ten beri sürdüren Komisyon, bağımsız yedek parça üreticilerinin pazara erişimini ve bağımsız tamircilerin yedek parçayla teknik bilgiye erişimini düzenleyen hükümlere 461/2010 sayılı Tüzük'te de yer vermiştir.

461/2010 sayılı Tüzük'le getirilen yeniliklerin, sonuç olarak satış ve satış sonrası pazarlarındaki dağıtım yapısını büyük ölçüde değiştirmesi beklenmemektedir. Zira satış sonrası pazarı özelindeki kritik hükümler zaten korunmuştur. Satış ve satış sonrası pazarında eşik sisteminin, pazardaki teşebbüslerin pazar payları dikkate alındığında dağıtım sistemi tipinin (münhasır/seçici) esaslı şekilde değişmesine yol açmayacağı beklenmektedir. Bununla birlikte, hem pazardaki rekabete etki etmeyen hem de teşebbüslere maliyet getiren çok markalılığın ve sözleşmesel düzenlemelerin kaldırılması önem taşımaktadır. Bu düzenlemelerden ise en çok yetkili dağıtıcıların olumsuz etkilenmesi beklenmektedir. Elbette ki, Tüzük'ün pazar yapısına etkileri ancak uygulamanın gerçekleşmesiyle birlikte görülebilecektir.

Türkiye'de motorlu taşıt sektörüne yönelik özel düzenlemeler 1998/3 ve 2005/4 sayılı Tebliğler çerçevesinde geliştirilmiştir. Bu düzenlemelere getirilen en büyük eleştiriye, onların uygulandıkları dönemlerde yürürlükte olan AB Tüzük'lerinin neredeyse aynısı olması ve hükümlerin Türkiye pazarı için uygun olmamasıdır. AB'de 1400/2002'nin değiştirilmesiyle birlikte Türkiye'de de 2005/4 sayılı Tebliğ'in etkilerinin değerlendirilmesine ilişkin bir çalışma başlatılmıştır. Bu çerçevede pazarda yeni bir düzenlemeye ihtiyaç olup olmadığı ortaya konabilecektir. Yeni bir düzenleme önerisi öncesinde ise 2005/4 sayılı Tebliğ'in uygulanması sırasında yaşanan sorunlar ve Tebliğ'in etkilerinin analiz edilmesi gerekmektedir.

Bu noktada ilk olarak belirtilmesi gereken AB pazarıyla Türkiye pazarı arasında birtakım temel farklılıkların bulunduğuudur. Türkiye, gelişen bir pazar olması sebebiyle henüz AB kadar oturmuş bir dağıtım yapısına sahip değildir. Pazara yeni giren teşebbüslerle düşük pazar payına sahip bazı sağlayıcıların küçük şehirlerde, zaman zaman dağıtıcı bulmakta zorlandıkları bilinmektedir. Ayrıca, Türkiye'deki büyük holdinglerin sağlayıcı olarak faaliyet gösterdiği pazarda,

yetkili satıcı/servisler genelde küçük ölçekli teşebbüslerden oluştuğundan sözleşmelerde sağlayıcılar çok daha güçlü konumdadır. Bununla birlikte, kayıt dışı çalışan teşebbüslerin varlığı da pazarın rekabetçi yapısını olumsuz etkilemektedir. Markalar arası rekabet yoğun olmakla birlikte, tüketicinin daha uzağa daha kaliteli ürün ve hizmet almasında marka içi rekabetin önemi de büyüktür. Zira, sağlayıcılar tavsiye edilen fiyat listesi yayımlasa da asıl fiyat tüketiciyle yetkili satıcı arasındaki pazarlık sonucu belirlenmektedir. Rekabet Kurumunun son yıllarda iki büyük motorlu araç sağlayıcısının yetkili satıcıları arasındaki fiyat tespitine ilişkin yürüttüğü soruşturmalar da yetkili satıcılar arasındaki rekabetin önemini ortaya koymaktadır. Bu nedenle Türkiye pazarı bakımından yetkili satıcı bağımsızlığını koruyan ve marka içi rekabeti arttıran çok markalılık, ek satış yeri açma serbestisi ve 3S şartının getirilememesine ilişkin hükümlerin yeni düzenlemede korunması gerektiği düşünülmektedir.

Tebliğ'in yaklaşık 5 yıllık geçmişine bakıldığında, fesih süre ve şartlarına ilişkin kuralların uygulamasında bazı sorunlara rastlanmaktadır. Anılan kurallar, taraflar arasındaki ticari ilişkiye fazlaca müdahale etmekte, ancak kurallara aykırı sözleşmeler için Rekabet Kurumunca etkin yaptırımlar uygulanamamaktadır. Zira, bu kurallara aykırılık başlı başına bir rekabet ihlali teşkil etmemektedir. Bununla birlikte anılan kuralların pazarda olumlu etkilerinin görülmediği de söylenebilir. Anlaşmazlıklarda hakeme gitme uygulamada görülmediği gibi, Tebliğ'deki hakem şartının Türk hukukuna uygulanabilirliğinin tartışmalı olduğu da savunulmaktadır. Bu nedenle yeni düzenlemede anılan kurallara yer verilmesine gerek olmadığı düşünülmektedir.

Satış sonrası pazarı, tüketicinin artık satın almış olduğu markaya ilişkin uzman bakım/onarım hizmeti ve o markanın yedek parçalarını almasının gerekmesi dolayısıyla rekabetçi endişelerin daha yoğun olduğu bir pazardır. Bu pazarda sağlayıcının yetkili ağı, pazardaki diğer oyuncu olan bağımsız teşebbüslerden daha avantajlıdır. Çünkü aracın teknik özellikleri konusunda yeterli donanımına sahip olamayan tüketici yetkili ağa daha fazla güvenmektedir. Ancak, bağımsız pazarın güçlendirilmesi rekabeti olumlu etkileyecek ve yedek parçayla bakım/onarımın tüketiciye maliyetini düşürecektir. Bu kapsamda, sağlayıcıların bağımsız teşebbüslere teknik bilgi verme yükümlülüğü, yerinde bir düzenleme olmasına rağmen bağımsız teşebbüslerin bu hakkın yeterince farkında olmamalarından dolayı uygulamaya istenildiği ölçüde yansımada görülmiştir. Bundan dolayı teknik bilgi sağlama yükümlülüğüne ilişkin hükümlerin yeni düzenlemede sektöre daha iyi anlatılarak korunması gerekmektedir.

Benzer şekilde, yedek parça üreticilerinin pazara doğrudan erişimini sağlayan marka ve logoya ilişkin hükümlerin, yetkili satıcılara parça satışlarının yasaklanamamasına ilişkin hükümlerle yetkili servislerin bağımsız tamircilere parça satışının yasaklanamamasına ilişkin hükümlerin korunması gerekmektedir. Ayrıca, eşdeğer parça tanımları, bağımsız yedek parça üreticilerinin rekabetçiliğini arttırmakta önemli olmakla birlikte, bu parçalara ilişkin ispat standardı sorunu, onların kalitelerine ilişkin kuşkuları artırarak kullanımlarını azaltmaktadır. Bu kapsamda Rekabet Kurumunun yeni düzenlemesinde, eşdeğer parçaların tespiti konusunda üniversite veya araştırma kuruluşlarıyla işbirliği yapmasının faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Son olarak, yeni tebliğin daha yalın olabilmesi bakımından, sektöre özel düzenlemelerin yukarıda sayılanlarla sınırlı kalması ve tebliğin diğer hususlar bakımından genel nitelikteki dikey tebliğe gönderme yapmasının yerinde olacağı düşünülmektedir.

Gelecek düzenlemenin nasıl olacağına karar verecek olan Rekabet Kurumunun AB ve Türkiye pazarları arasındaki farklılıkları iyi analiz ederek, sektör özelindeki hedefleri çerçevesinde kullanacağı araçları belirlemesi sektördeki dağıtım anlaşmalarının daha etkin şekillenmesi için önem taşımaktadır.

## **ABSTRACT**

Motor vehicle industry has a privileged standing due to the fact that it is a major contributor towards the economy and one of the biggest spending for consumer. Therefore sector-specific rules towards vertical restrains in motor vehicle distribution have been adopted in European Commission and Turkey.

After its experience of having sector-specific rules for 35 years motor vehicle industry in Europe has been subject to reform with the adoption of the new Block Exemption Regulation No: 461/2010 in 2010. Just three main restrictions on the repair/maintenance and spare parts markets are covered by the Regulation. Other issues will fall within the scope of the general block exemption for vertical agreements. In Turkey, similarly to European Commission, the agreements in the new motor vehicle sale and after sale market are regulated by differentiated rules with the Notification No: 1998/3 and 2005/4 which are fundamentally based on Commission's Regulations. Nowadays, an evaluation process about the Notification No: 2005/4 is conducted in the Turkish Competition Authority.

In this respect, the study aims to discuss the need for a new regulation in the motor vehicle market in Turkey and the applicability of the new rules adopted by The Regulation No: 461/2010 to the Turkish market. According to these aims the changes brought by The Regulation No: 461/2010 are firstly examined. Then, the problematic issues arose from the Notification No: 2005/4 and the impacts of the Notification on Turkish market are studied. In the light of out comings from these studies the need for a new block exemption notification and the compliance of the new rules in the European Commissions to the Turkish market is discussed.



## KAYNAKÇA

ANDERSEN (2001), “Study on the Impact of Possible Future Legislative Scenarios for Motor Vehicle Distribution on All Parties Concerned”, [http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/documents/toc\\_summary.pdf](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/toc_summary.pdf).

ARDIYOK, Ş. (2006), “Rekabet Hukukunda Satış Sonrası Pazar Teorileri ve Yeni Motorlu Taşıtlar Tebliği'nin Ampirik Analizi”, *Rekabet Hukuku'nda Güncel Gelişmeler Sempozyumu-V*, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara, s. 41-124.

ASLAN, İ.Y. (2004), *Rekabet Hukuku Bakımından Dikey Anlaşmalar Teori ve Uygulama*, Ekin Kitabevi, Bursa.

ASLAN, İ.Y. (2006a), “Otomotiv Sektöründe Yeni Rekabet Kuralları”, *Otomotiv Sektöründe Rekabet Hukuku ve Politikaları*, Ekin Kitabevi, Bursa, içinde s.125-223.

ASLAN, İ.Y. (2006b), “Grup Muafiyeti Tebliği”, *Rekabet Forumu*, Sayı 23, s. 5-12, [www.rekabetdernegi.org/rk\\_bulten/sayi23.doc](http://www.rekabetdernegi.org/rk_bulten/sayi23.doc).

ATİK, S. (2010), “Avrupa Birliği Otomotiv Sektörü Yeni Rekabet Kuralları”, *Avrupa Birliği Otomotiv Sektöründe Yeni Rekabet Kuralları İlgili Tüzükler ve Kılavuzlar ile Birlikte*, Editör ASLAN, İ. Y.” Ekin Yayınevi, Bursa, içinde, s. 1-93.

BEDİR, A. (1999), “Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Geleceği”, Uzmanlık Tezi, Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No. DPT:2495,

<http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/otomotiv/bedira/yansanay.pdf>.

BEDİR, A. (2002), “Türkiye’de Otomotiv Sanayi Gelişme Perspektifi”, Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No. DPT: 2660,

<http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/otomotiv/bedira/gelisme.pdf>.

BRENNING-LOUKO, M., GURIN, A., PEEPERKORN, L. ve VIERTIÖ, K. (2010), “Vertical Agreements: New Competition Rules for the Next Decade ”, *Competition Policy Newsletter* No-2, s.14-19.

BUZZAVO, L. ve G. VOLPATO (2001), “Car Distribution in Europe: Between Vertical Agreements and Customer Satisfaction”, <http://cockeas.u-bordeaux4.fr/Buzzavo-Volpato.pdf>

CC (2000) “New Cars: A Report on The Supply of New Motor Cars within The UK”, [http://www.competition-commission.org.uk/rep\\_pub/reports/2000/439cars.htm](http://www.competition-commission.org.uk/rep_pub/reports/2000/439cars.htm).

CECRA, (2009), “CECRA Response to the European Commission’s Communication “The Future Regulatory Framework for Competition in the Automotive Sector”, COM 2009 (388)”

[http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009\\_motor\\_vehicles/cecra\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_motor_vehicles/cecra_en.pdf)

COLINO, S. M. (2010), “Recent Changes in The Regulation of Motor Vehicle Distribution in Europe – Questioning the Logic of Sector-Specific Rules for The Car Industry”, *The Competition Law Journal*, Volume 6 Issue 2, s 203-224.

CRISERA, M. L. (2003), “ The New Motor Vehicle Regulation”, *International Business Law Journal*, 2, s.201-216.

DPT (2007), “Otomotiv Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, *Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013*,

[www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3574/oik687.pdf](http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3574/oik687.pdf).

DR. LADEMANN & PARTNER (2001), “Customer Preferences for Existing and Potential Sales and Servicing Alternatives in Automotive Distribution”, [http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/documents/customer\\_preferences.pdf](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/customer_preferences.pdf).

EKDİ, B. (2004), “Dikey Anlaşmalar Yoluyla Piyasanın Kapatılması”, *Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu -II*, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara, s. 97-133.

EU FOCUS (2010), “Revised Rules on Motor Vehicle Distribution and Repair Adopted”, *EU Focus*, 2010,273, s. 6-8.

GAZİOĞLU, U. (2005), *Motorlu Taşıtlar Sektöründe Rekabet: Dağıtım ve AB Düzenlemeleri*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

GİRGİN, B. (2011), “Şu Andan İtibaren Garanti Dışısın!”, <http://pazarlardanhaberler.com/2011/05/04/%E2%80%9Csu-andan-itibaren-garanti-disisin%E2%80%9D/>.

GÖRENER, A. ve İ. GÖRENER (2008), “Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler”, *Journal of Yasar University*, 3(10), s. 1213-1232.

GOYDER, D. G. (2003), *EC Competition Law*, Fourth Edition, Oxford University Press Inc., New York.

GROVES, P (1987), “Motor Vehicle Distribution: The Exemption”; *European Competition Law Review*, 8(1), s.77-87.

HORBOUR, M. (2010), “New Motor Vehicle Block Exemption Rules: Good for Independent Repairers But Possible Problems For Car Dealers”, <http://www.ecrgroup.eu/new-motor-vehicle-block-exemption-rules--good-for-independent-repairers-but-possible-problems-for-car-dealers-news-119.html>.

IKA (2004),”Final report Do motor vehicle suppliers give independent operators effective access to all technical information as required under the EC competition rules applicable to the motor vehicle sector?”

[http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/documents/ikastudy.pdf](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/ikastudy.pdf).

ILICAK, A. (2006), “Otomobil Dağıtımının Ekonomi Politikası”, *Otomotiv Sektöründe Rekabet Hukuku ve Politikaları*, içinde Ekin Kitabevi, Bursa, içinde s.221-239.

İNAN, N. (2008), “Motorlu Taşıtlar Muafiyet Tebliği – 2 Türkiye’deki Durum”, *Rekabet Forumu*, Sayı 46, s.6-13,

[www.rekabetderneği.org/rk\\_bulten/sayi46.doc](http://www.rekabetderneği.org/rk_bulten/sayi46.doc).

JONES A. ve B. SUFRIN (2008), *EC Competition Law: Text, Cases and Materials*, Third Edition, Oxford University Press Inc, New York.

KARYDIS, G ve N. ZEYGOLIS (2009),” Regulation 1400/2002 and Access to Technical Information: Necessity of Convergent Interpretation with The Principles Established by The Relevant Case Law”, *European Competition Law Review*, 30(2), s. 95-101.

KLEVSTRAND, S. M. (2005), “Multi-Branding of Cars: A Paper Tiger?”, *European Competition Law Review*, 26(10), s. 538-545.

KOÇ, A. F. (2005), *AT Rekabet Hukukunda Seçici Dağıtım Anlaşmaları*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

KORAH, V. (2002), “The New Vertical Restraint Block Exemption”, *Intereconomics*, Vol 37, No. 1, s. 4-11.

LE (2006), “Developments in car retailing and after-sales markets under Regulation N° 1400/2002 - Volume I - Final report to EC DG Competition By London Economics”,

[http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/documents/block\\_exemption\\_final.pdf](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/block_exemption_final.pdf).

MARCOS, F. ve A. GRAELLS (2010), “A Missing Step in The Modernisation Stairway of EU Competition Law- Any Role for Block Exemption Regulation in The Realm of Regulation 1/2003?”, *The Competition Law Journal*, Volume 6, Issue 2, s 183-201.

MASTERINDEX (2010), “MasterIndex Aralık 2010 Sonuçları”, <http://www.mastercard.com/tr/personal/tr/promotions/MasterIndexARALI%202010Banka.pdf>.

MIDDLETON, K. (2001), “The Legal Framework for Motor Vehicle Distribution, A New Model”, *European Competition Law Review*, 22(1), s.3-8.

MONTI, G. (2007), *EC Competition Law*, Cambridge University Press, Cambridge.

NAZERALI, J ve D. COWAN (1999), “Reforming E.U. Distribution Rules - Has The Commission Found Vertical Reality?”, *European Competition Law Review*, 20(3), s.159-168.

OSD (2011), “Otomotiv Sanayi 2010 Yılı değerlendirme Raporu”, Rapor No: 2011/05, <http://www.osd.org.tr/2010yilidegerlendirme.pdf>.

PELECANOS, G. (2010), “Europe’s Reform of the Regulatory Framework of Motor Vehicle Distribution”,

<https://www.competitionpolicyinternational.com/europe-s-reform-of-the-regulatory-framework-of-motor-vehicle-distribution/>.

RATLIFF, J. (1996), “Selective Distribution: Is There A Case For A General Block Exemption. or A ‘Guidelines’ Notice?”, *European Competition Law Review*, 17(5), s. 299-307.

RATLIFF, J. (2011), “Major Events and policy Issues In EC Competition Law, 2009-2010: Part 1” *International Company and Commercial Law Review*, 22(3), s.67-95.

REKABET KURUMU (2003), “1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliğinin Değerlendirmesi”, [www.rekabet.gov.tr/word/motorlu.doc](http://www.rekabet.gov.tr/word/motorlu.doc).

RUSSO F, M.P. SCHINKEL, A. GÜNSTER, ve M. CARREE (2010), *European Commission Decisions On competition Economic Perspectives on Landmark Antitrust and Merger Cases*, Cambridge University Press, Cambridge.

T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2011), “Otomotiv Sektörü Raporu”, *Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi*,

<http://www.sanayi.gov.tr/Files/Documents/otomotiv-sektoru-raporu-2-06072011113205.pdf>.

TAŞDEMİR, D. (2009), *Otomotiv Dağıtım Sektöründe Rekabet Kurallarının Gelişimi*, Vedat Kitapçılık, İstanbul.

TSORAKLIDIS, L. (2002), “Towards a New Motor Vehicle Block Exemption – Commission Proposal for Motor Vehicle Distribution, Adopted On 5 February 2002”, *EC Competition Policy Newsletter*, No:2, s.31-34.

TÜBİTAK (2007), “Parça Sektörü (Otomotiv Yan Sanayii) 2023 Vizyonu Draft Rapor” *Vizyon 2023: Bilim ve Teknoloji Stratejileri*, [http://www.tubitak.gov.tr/tubitak\\_content\\_files/vizyon2023/mm/Ek6a.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/mm/Ek6a.pdf).

TÜSİAD (2008), *Otomotiv Sektöründe Yeni Grup Muafiyet Rejimi*, TÜSİAD Rekabet Hukuku Toplantıları Serisi-2, İstanbul.

VAN BAEL& BELLIS (2010), “The European Commission’s Draft Motor Vehicle BlockExemption and accompanying Guidelines”,

[http://ec.europa.eu/competition/consultations/2010\\_motor\\_vehicles/vanbael\\_bellis\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2010_motor_vehicles/vanbael_bellis_en.pdf).

VOGEL, L (2011), “EU Competition Law Applicable to Distribution Agreements: Review of 2010 and Outlook for 2011”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 2, No. 3, s. 245-258.

ZUEHLKE, S ve G. DE STEFANO (2010), “EC Motor Vehicle Block Exemption Reform: Are You Ready for The New Regime?”, *European Competition Law Review*, 31(3), s. 91-97.

**AB Komisyonu Rekabet Hukuku Mevzuatı**

Commission Regulation (EEC) No 123/85 of 12 December 1984 on The Application of Article 85(3) of The Treaty to Certain Categories of Motor Vehicle Distribution and Servicing Agreements. OJ L 15, 18.1.1985.

Commission Regulation (EC) No 1475/95 of 28 June 1995 on The Application of Article 81(3) of The Treaty To Certain Categories of Motor Vehicle Distribution and Servicing Agreements, OJ L 145, 29.6.1995.

Report on The Evaluation of Regulation (EC) No 1475/95 on The Application of Article 85(3) of The Treaty To Certain Categories of motor Vehicle Distribution and Servicing Agreements, COM(2000)743 final, 15.11.2000.

Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on The Application of Article 81(3) of The Treaty To Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices in The Motor Vehicle Sector, OJ L 203/30, 1.8.2002.

Distribution And Servicing of Motor Vehicles in The European Union Commission Regulation (EC) No 1400/2002 Of 31 July 2002 on The Application of Article 81(3) of The Treaty to Categories of Vertical Agreements and Concerted Practices In The Motor Vehicle Sector Explanatory Brochure.

Commission Communication 2002/C 67/02, 16.03.2002.

Commission Evaluation Report on The Operation of Regulation (EC) N° 1400/2002 Concerning Motor Vehicle Distribution and Servicing.

Commission Staff Working Paper Accompanying The Report From The Commission On Competition Policy 2010 {COM (2011) 328 final} Brussels, 10.6.2011, SEC(2011) 690 final.

Report From The Commission Report On Competition Policy 2010 {SEC(2011) 690 final} Brussels, 10.6.2011, COM(2011) 328 final.

Communication pursuant to Article 5 of Council Regulation No 19/65/EEC of 2 March 1965 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of agreements and concerted practices (2002/C 67/02) (Text with EEA relevance), OJ C 67/2, 16.3.2002

Commission Regulation (EU) No 461/2010 of 27 May 2010 On The Application Of Article 101(3) Of The Treaty On The Functioning Of The European Union To Categories Of Vertical Agreements And Concerted Practices In The Motor Vehicle Sector, OJ L 129/52, 28.5.2010.

Commission Notice Supplementary Guidelines On Vertical Restraints In Agreements For The Sale And Repair Of Motor Vehicles And For The Distribution Of Spare Parts For Motor Vehicles (Text with EEA relevance) (2010/C 138/05) OJ C 138/16, 28.5.2010.

Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 On The Application Of Article 81(3) Of The Treaty To Categories Of Vertical Agreements And Concerted Practices, OJ L 336/21, 29.12.1999.

Commission Regulation (EU) No 330/2010 of 20 April 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices, OJ L 102/1, 23.04.2010.

Information From European Union Institutions, Bodies, Offices And Agencies European Commission Guidelines on Vertical Restraints (Text with EEA relevance) (2010/C 130/01), OJ C 130/1, 19.5.2010.

Staff Working Document,

[http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor\\_vehicles/documents/wd1.pdf](http://ec.europa.eu/competition/sectors/motor_vehicles/documents/wd1.pdf).

Regulations Regulation (EC) No 715/2007 Of The European Parliament And Of The Council Of 20 June 2007 On Type Approval Of Motor Vehicles With Respect To Emissions From Light Passenger And Commercial Vehicles (Euro 5 And Euro 6) And On Access To Vehicle Repair And Maintenance Information, OJ L 171/1, 29.6.2007.

Commission Regulation (EC) No 692/2008 of 18 July 2008 Implementing And Amending Regulation (EC) No 715/2007 Of The European Parliament And Of The Council On Type-Approval Of Motor Vehicles With Respect To Emissions From Light Passenger And Commercial Vehicles (Euro 5 And Euro 6) And On Access To Vehicle Repair And Maintenance Information, OJ L 199/1, 28.7.2008.

Regulation (EC) No 595/2009 Of The European Parliament And Of The Council of 18 June 2009 on Type-Approval Of Motor Vehicles And Engines With Respect To Emissions From Heavy Duty Vehicles (Euro VI) And On Access To Vehicle Repair And Maintenance Information And Amending Regulation (EC) No 715/2007 And Directive 2007/46/EC and repealing directives 80/1269/EEC, 2005/55/EC and 2005/78/EC, OJ L 188/1, 18.7.2009.

Commission Notice On The Definition Of The Relevant Market For The Purposes Of Community Competition Law, OJ C 372/5, 9.12.1997.

### **AB Komisyonu Kararları**

BMW, OJ L29, 3.2.1975.  
Volkswagen AG, OJ L 124, 25.4.1998).  
Opel Nederland B.V., OJ L 59, 28.2.2001.  
DaimlerChrysler AG, OJ L 257, 25.9.2002.  
DaimlerChrysler, OJ L 317/76, 5.12.2007.  
Opel, OJ L 330, 15.12.2007.  
Toyota (OL 329, 14.12.2007).  
Fiat (OJ L 332, 18.12.2007).

### **AB Komisyonu Basın Açıklamaları**

Press Release, European Commission, “Commission Clears New Porsche Distribution and After-Sales Service Arrangements”, IP/04/585 (3.5.2004).  
Press Release, European Commission, “Commission Adopts Comprehensive Reform of Competition Rules for Car Sales and Servicing”, IP/02/1073, 17.7.2002.  
Pres Release, “Competition: Commission invites comments on four carmakers’ commitments to give adequate access to technical information” IP/07/409, 23.3.2007.  
Pres Release “Antitrust: Commission adopts revised competition rules for motor vehicle distribution and repair”, IP/10/619, 27.5.2010.

### **Rekabet Kurulu ve Danıştay Kararları**

29.1.2004 tarih, 04-09/79-21 sayı, M.Y.S. Otomotiv Kararı.  
19.9.2006 tarih, 06-66/885-255 sayı, Peugeot Kararı.  
19.10.2006 tarih, 06-77/1004-288 sayı, Würth- Henkel Kararı.  
14.12.2006 tarih, 06-90/1148-342 sayı, Erk Petrol Kararı.  
28.12.2006 tarih, 06-95/1198-363 sayı, Mutlu Akü Kararı.  
24.1.2007 tarih, 07-09/49-16 sayı, Gönen Motorlu Araçlar Kararı.  
29.3.2007 tarih, 07-29/263-94 sayı, Petrol Ofisi Kararı.  
29.3.2007 tarih, 07-29/265-96 sayı, OYDER Kararı.  
29.3.2007 tarih, 07-29/260-91sayı, Mobil Oil Kararı.  
29.3.2007 tarih, 07-29/261-92 sayı, Total Oil Kararı.



- 29.3.2007 tarih, 07-29/262-93 sayı, Shell& Turcas Kararı.  
29.3.2007 tarih, 07-29/264-95 sayı, BP Kararı.  
5.4.2007 tarih, 07-30/297-113 sayı, Porshe Kararı.  
24.4.2007 tarih, 07-34/346-126 sayı, Erk Petrol Kararı (2).  
24.4.2007 tarih, 07-34/345-125 sayı, Petrol Ofisi Kararı (2).  
11.7.2007 tarih, 07-59/684-240 sayı, Hyundai Assan Kararı  
11.7.2007 tarih, 07-59/680-237 sayı, Brisa Kararı.  
25.7.2007 tarih, 07-61/716-248 sayı, Goodyear Kararı  
9.10.2007 tarih, 07-78/973-373 sayı, Yaşar Basf Kararı.  
1.11.2007 tarih, 07-83/1003-388 sayı, Çelik Motor Kararı.  
1.11.2007 tarih, 07-83/1005-390 sayı, Yedek Parça Satışlarının Engellenmesine İlişkin Karar.  
24.1.2008 tarih, 08-08/88-28 sayı, Petrol Ofisi Kararı (2).  
10.4.2008 tarih, 08-28/323-107 sayı, Oto yol Kararı.  
10.4.2008 tarih, 08-28/325-108 sayı, İso tlar Grup Kararı.  
15.5.2008 tarih, 425-151 sayı, Oto yol Kararı (2)  
15.5.2008 tarih, 08-33/425-151 sayı, Oto yol Kararı (3).  
15.5.2008 tarih, 08-33/422-148 sayı, Şampiyon Filtre Kararı.  
24.7.2008 tarih, 08-47/670-263 sayı, Toyotasa Kararı.  
14.8.2008 tarih, 08-50/740-296 sayı, Volvo Otomotiv Kararı.  
14.8.2008 tarih, 08-50/738-294 sayı, Hyundai Assan Kararı (2).  
8.1.2009 tarih, 09-01/8-7 sayı, Peugeot Kararı.  
25.2.2009 tarih, 09-08/155-48 sayı, Renault Trucks Kararı.  
11.3.2009 tarih, 09-11/213-64 sayı, Chrysler Kararı.  
18.6.2009 tarih ve 09-29/608-147 sayı, Mini Onarım Kararı.  
15.7.2009 tarih, 09-33/732-170 sayı, Yüce Oto Kararı.  
16.9.2009 tarih, 09-42/1055-267 sayı, Mermerler Otomotiv Kararı.  
1.10.2009 tarih, 09-43/1106-282 sayı, Supsan Kararı.  
25.11.2009 tarih, 09-57/1349-345 sayı, BMC Kararı.  
22.4.2010 tarih, 10-33/512-186 sayı, Bayraktar Kararı  
1.7.2010 tarih, 10-47/889-308 sayı, Volvo Kararı  
6.8.2010 tarih, 10-53/ 1057-391 sayılı Peugeot Soruşturma Kararı.  
2.9.2010 tarih, 10-57/1165-446 sayı, Hyundai Assan Kararı.

23.9.2010 tarih, 10-60/1274-480 sayılı Citroen Soruşturma Kararı.

07.4.2011 tarih, 11-22/392-125 sayı, Goodyear Kararı (2).

17.8.2011 tarih, 11-45/1065-367 sayı, Fiat Kararı (Gerekçeli karar yayımlanmamıştır).

13.10.2011 tarih; 11-52/1309-460 sayı, Borusan Kararı (Gerekçeli karar yayımlanmamıştır).

12.12.2006 tarih, E.2005/1724, K.2006/4710 ve E.2005/1722, K.2006/4711 sayılı Danıştay Onüçüncü Dairesi Kararları.





Üniversiteler Mahallesi  
1597. Cadde No: 9  
06800 Bilkent/ANKARA  
ISBN 978-605-5479-40-4  
<http://www.rekabet.gov.tr>